

Maija Majamäki

# OMAKUKKO-VERKKOPALVELUN ASIAKASLÄHTÖINEN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö  
Liiketalouden koulutus

2019



Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Maija Majamäki	Tradenomi (AMK)	Marraskuu 2019
<b>Opinnäytetyön nimi</b>  Omakukko-verkkopalvelun asiakaslähtöinen kehittäminen		53 sivua 27 liitesivua
<b>Toimeksiantaja</b>  Jätekukko Oy		
<b>Ohjaaja</b>  Päivi Hurri, Hanna Maunula		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Tässä opinnäytetyössä perehdytään sähköisen asiointipalvelun kehittämiseen. Opinnäytetyön toimeksiantaja on kunnallinen jätehuolto-yritys Jätekukko Oy. Jätekukko Oy:llä on ollut vuodesta 2015 käytössä sähköinen asiointipalvelu, Omakukko-verkkopalvelu. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka palvelua voidaan kehittää ja käyttäjämäärää kasvattaa. Toimeksiantaja voi hyödyntää tutkimustuloksia toiminnassaan, ja viedä Omakukko-verkkopalvelun kehitysprojektia eteenpäin.</p> <p>Teoriaosuudessa syvennytään palveluiden digitalisoitumiseen, sähköiseen asiointiin ja asiakaslähtöiseen palvelukehitykseen. Digitalisoitumisen myötä asiakkaat odottavat mahdollisuutta asioida yrityksen kanssa sähköisesti. Palvelumuotoilu tarjoaa yritykselle keinoja palvelukehittämisen tueksi. Palvelumuotoiluin keinoin toteutettava kehitysprojekti huomioi asiakkaan tarpeet ja on kokonaisvaltaisesti asiakaslähtöistä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta, ja tutkimuskohteina olivat Jätekukon toimialueen omakotitaloasukkaat sekä taloyhtiöiden asukkaat ja isännöitsijät. Tutkimuksella haettiin vastauksia siihen, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat palveluun, mihin tarkoitukseen he käyttävät palvelua ja mitä kehitettävää he kokevat palvelussa olevan. Tämä opinnäytetyö on rajattu kahdesta laajemmasta asiakaskyselystä Omakukko-verkkopalvelua käsitteleväksi kokonaisuudeksi.</p> <p>Tutkimustuloksista ilmenee, että Omakukko-verkkopalvelua käyttäneet asiakkaat ovat pääasiassa tyytyväisiä palveluun. Lisäämällä palveluun asiakkaille merkityksellistä tietoa, asiakkaiden mielenkiinto palvelun käyttöön lisääntyy. Yleisimmät syyt sille, miksi Omakukko-verkkopalvelua ei käytetä, ovat tietämättömyys palvelun olemassaolosta ja kirjautumistunusten puuttuminen.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat asiakkaiden halukkuuden asioida sähköisen asiointipalvelun kautta. Lisäksi tämä tutkimus vahvistaa, että Omakukko-verkkopalvelulle on kysyntää ja palvelua kannattaa kehittää.</p>		
<b>Asiasanat</b>  palvelumuotoilu, asiakaslähtöisyys, asiakaskokemus, sähköinen asiointi, digitalisaatio		

Author (authors)	Degree	Time
Maija Majamäki	Bachelor of Business Administration	November 2019
<b>Thesis title</b>		53 pages 27 pages of appendices
Customer-oriented development of Omakukko electronic services		
<b>Commissioned by</b>		
Jätekukko Oy		
<b>Supervisor</b>		
Päivi Hurri, Hanna Maunula		
<b>Abstract</b>		
<p>This thesis focused on the development of an electronic service of a municipal waste management company Jätekukko Oy. Since 2015 Jätekukko Oy has been using electronic service, "Omakukko electronic service". The objective of the thesis was to find out the current status with a customer survey. The customer survey was used to find out when customers use the service, what their customer experience is, and what they hope from the service. By examining these factors, the service can be improved and hopefully the number of users will increase.</p> <p>The theory chapters focused on the concepts of digitalisation of services, electronic service, and customer-oriented approach. Nowadays customers want to operate online and a company must meet customers' needs. Service design offers a lot of opportunities for a company to create value on many different scales. It also provides support and tools for a development project in future.</p> <p>The use of the Omakukko electronic service was studied using quantitative methods in the empirical part of the thesis. The customer survey was created for customers in Jätekukko's operating area. The subjects of this thesis were residents in detached houses, housing association residents, and property managers. This thesis was separated from two comprehensive surveys into one entity, Omakukko electronic service survey.</p> <p>The results of the customer survey showed that the majority of respondents who used the Omakukko electronic service were satisfied with the service. Customers who had not used the electronic service informed that they did not know the service or how to register and log in the service. Overall, the results of the customer survey indicated that there is demand for the Omakukko electronic service and it is worth developing further.</p>		
<b>Keywords</b>		
service design, service experience, customer orientation, electronic service, digitalisation		

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	TOIMEKSIANTAJA JÄTEKUKKO OY .....	7
3	TUTKIMUSASETELMA .....	8
3.1	Tutkimuskohde Omakukko .....	8
3.2	Lähtötilanne ja aikaisemmat tutkimukset .....	9
3.3	Tutkimusongelma .....	11
3.4	Tutkimusmenetelmät .....	11
4	TEORIA .....	12
4.1	Digitalisoituminen ja digitalisaatio .....	13
4.1.1	Yritysten digitalisoituminen .....	13
4.1.2	Digitalisaation nykytila.....	15
4.1.3	Digitalisoituminen asiakkaan näkökulmasta.....	16
4.2	Sähköinen asiointi.....	17
4.2.1	Sähköisen asioinnin hyödyt .....	18
4.2.2	Sähköisten asiointipalveluiden ryhmittelytapoja.....	19
4.3	Asiakaslähtöinen palveluiden kehittäminen .....	20
4.4	Palvelumuotoilu .....	21
4.4.1	Palvelumuotoiluprosessi .....	22
4.4.2	Asiakaskokemus .....	23
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET .....	26
5.1	Tutkimuksen kulku ja rajaus .....	26
5.2	Tutkimuksen tulokset.....	28
5.2.1	Omakukon tunnettuus ja käyttö .....	28
5.2.2	Omakukon käyttökohteet .....	32
5.2.3	Omakukon toiminnallisuus .....	35
5.2.4	Omakukon kehityskohteet ja tulevaisuuden toiveet .....	37
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	43

7	POHDINTA .....	46
	LÄHTEET .....	50
	LIITTEET	
	Liite 1. Tulosraportti Omakukko-asukaskysely	
	Liite 2. Tulosraportti Omakukko-isännöitsijäkysely	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on kunnallinen jätehuolto-yhtiö Jätekuukko Oy. Suoritin digitaalisen liiketoiminnan tradenomiopintojeni syventävän harjoittelun Jätekuukolla keväällä 2019. Harjoittelun sisältö liittyi vahvasti tämän opinnäytetyön aiheeseen, sähköisen asiointipalvelun kehittämiseen.

Jätekuukko on panostanut viime vuosina digitaalisten palveluiden lisäämiseen, koska digitalisaation myötä palveluiden odotetaan olevan kaikkien saatavilla internetissä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää eri asiakasryhmien kokemuksia Jätekuukon jo olemassa olevasta sähköisestä asiointipalvelusta, Omakukko-verkkopalvelusta. Tietojen pohjalta palvelua voidaan kehittää, ja kehittämisen toivotaan parantavan asiakaskokemusta ja kasvattavan sitä kautta Omakukon käyttäjämäärää. Tässä opinnäytetyössä käytetään tästä sähköisestä asiointipalvelusta nimiä Omakukko ja Omakukko-verkkopalvelu sekä Jätekuukko Oy:stä nimeä Jätekuukko.

Omakukko-verkkopalvelua voidaan kehittää, kun tiedossa ovat palvelun mahdolliset heikkoudet ja ongelmakohdat sekä käyttäjien toiveet. Palvelumuotoilu tarjoaa useita työkaluja kehitysprojektin tueksi, kun tarkoitus on kehittää palvelukokonaisuutta asiakkaan tarpeita vastaavaksi. Tutkimuksessa selvitetään Omakukon nykytila ja asioita, jotka lisäisivät Omakukon käyttöä ja tekisivät palvelusta mahdollisimman asiakaslähtöisen. Selvittämällä nämä asiat asiakaskyselyllä saadaan arvokasta tietoa Omakukko-verkkopalvelun kehittämistyön tueksi.

Tutkimuksen aihe valikoitui toimeksiantajan tarpeesta, joten tutkimuksen tuloksia tullaan hyödyntämään Jätekuukon toiminnassa. Aikaisempia tutkimustuloksia Omakukosta on vähän, aihetta on sivuttu Jätekuukon aikaisemmissa asiakaskyselyissä. Tämän tutkimuksen tarkoitus on saada monipuolisempaa ja yksityiskohtaisempaa tietoa Omakukosta.

Tämän opinnäytetyön toisessa luvussa tutustutaan toimeksiantajaan. Luvussa kolme perehdytään tutkimuskohteeseen, työn tutkimusongelmaan ja menetelmiin. Työn teoreettista viitekehystä käsitellään luvussa neljä. Työn teoria keskittyy teemoihin, jotka muodostavat kehyksen tutkimukselle. Digitalisaatio ja

palveluiden digitalisoituminen ovat syitä sille, minkä vuoksi eri organisaatioiden on aiheellista kehittää sähköisiä palvelujaan. Näiden lisäksi avataan teoriaa siitä, mitä tarkoitetaan sähköisillä asiointipalveluilla ja miksi palvelumuo-  
toiluprosessi tarjoaa hyviä keinoja asiakaslähtöiseen palveluiden kehittämiseen. Luvussa viisi esitellään tämän työn kvantitatiivisen tutkimusprosessin kulkua, ja tarkastellaan tutkimustuloksia. Opinnäytetyön luvussa kuusi on koottu yhteenveto johtopäätöksistä. Seitsemännessä ja samalla viimeisessä luvussa pohditaan tutkimuksen toteutusta ja esiin tulleita kehitysehdotuksista.

## **2 TOIMEKSIANTAJA JÄTEKUKKO OY**

Jäte kukko Oy on kuntien omistama jätehuolto yhtiö. Se toimii 16 kunnan alueella, jossa asukkaita on yhteensä 215 000. Jätehuolto yhtiö Jäte kukkon pääpaikka sijaitsee Kuopiossa. Jäte kukko tuottaa kaikki kiinteistön jätehuoltoon liittyvät palvelut alueen asukkaille, yhteisöille ja yrityksille. Jäte kukkon markkinaehtoiset yrityspalvelut ovat siirtyneet toukokuusta 2019 lähtien Encore Aluepalvelut Oy:lle. Jäte kukkon palveluverkoston muodostavat jätekuljetus- ja jäteastiapalvelut, lajitteluasemat sekä Kuopion jätekeskus. Palveluihin kuuluvat myös ekopisteet, vaarallisten jätteiden keräyspisteet ja palveluneuvonta. Jäte kukko järjestää lisäksi kiinteistöille jätevesineuvontaa, jonka tarkoituksena on antaa ja lisätä tietoa eri jätevesijärjestelmistä ja ajantasaisesta lainsäädännöstä. Jäte kukkon tarjoamiin lisäpalveluihin kuuluvat mm. peräkäräryjen vuokraus, kompostorien myynti, tietosuojapaperien hävitys ja Noutokukko-palvelu, jonka kautta kotitalous voi tilata suurien jäte-esineiden noudon suoraan kotoa. (Jäte kukko s.a.)

Asiakaspalvelu toimii puhelimitse, sähköpostitse ja chat-verkkoviestein. Asiakaspalvelu auttaa jätehuoltoon liittymisessä ja antaa lajitteluohjeita. Tämän lisäksi asiakkaita palvelee sähköinen asiointipalvelu eli Omakukko-verkkopalvelu. Omakukossa asiakas voi hallinnoida ja tarkastella omia asiakastietojaan sekä jätehuoltopalveluitaan.

### 3 TUTKIMUSASETELMA

#### 3.1 Tutkimuskohde Omakukko

Jätekukolla on ollut käytössä vuodesta 2015 Omakukko-verkkopalvelu, jossa asiakkaat voivat ilman kirjautumista liittyä jätehuoltoon, täyttää kompostointi-ilmoituksen ja antaa toiminnasta palautetta (kuva 1). Palveluun kirjaudutaan käyttäjätunnuksella ja salasanalla.

Kuva 1. Omakukon kirjautumissivu (Omakukko 2019)

Kirjautunut asiakas voi tarkastella omia asiakastietoja, tehdä muutoksia jätehuoltoonsa sekä tilata Jätekukon tarjoamia lisäpalveluja (kuva 2). Omakukko-verkkopalvelua ovat voineet tähän mennessä käyttää Jätekukon toimialueen omakotitaloasukkaat, vapaa-ajan kiinteistöjen asukkaat sekä isännöitsijät asunto-osakeyhtiöiden osalta.

Kuva 2. Kirjautuneen asiakkaan navigointipalkki Omakukossa (Omakukko 2019)

Omakukko-verkkopalvelua on tarkoitus kehittää kattavammaksi ja asiakkaita paremmin palvelevaksi. Palvelumuotoilun keinoin toteutettava kehitysprojekti alkaa Omakukon nykytilan analysoinnilla. Tietoa nykytilasta saadaan asiakkaiden kokemuksia ja toiveita selvittämällä. Tämä tutkimus keskittyy toiminnassa



olevan Omakukko-verkkopalvelun asiakaskokemusten ja asiakkaiden kehitystoiveiden selvittämiseen. Tulosten pohjalta toimeksiantaja voi viedä kehitysoikeutta eteenpäin. Nykytilan selvittäminen auttaa toimeksiantajaa esimerkiksi saavutettavan verkkopalvelun kehittämisessä, sillä kunnallisen jätehuoltoyhtiön digitaalisten palveluiden tulee täyttää saavutettavuusdirektiivin vaatimat kriteerit (Kahelin 2019a).

Tästä tutkimuksesta saadaan lisäksi merkittävää tietoa Omakukko-verkkopalvelun tulevaisuuden suunnitelmia varten. Omakukko-verkkopalvelua on tarkoitus laajentaa palvelemaan myös taloyhtiön asukkaita. Heillä ei ole omakotitaloasukkaiden ja vapaa-ajan kiinteistöjen asukkaiden tavoin Jätekuukoon suoraa asiakassuhdetta, vaan laskunmaksajana toimii taloyhtiö. Käytännössä taloyhtiön asukkaat ovat asiakkaita muiden asiakasryhmien tavoin ja heille halutaan tarjota monipuolisesti jätehuollon palveluja. Tähän saakka taloyhtiön asukkaat ovat olleet jätehuoltoon liittyvissä asioissa yhteydessä isännöitsijään. Isännöitsijä on ollut tarvittaessa yhteydessä Jätekuukon asiakaspalveluun tai hoitanut asian sähköisesti Omakukossa. Tätä palvelupolkua halutaan parantaa asiakaslähtöisemmäksi tuomalla tieto myös taloyhtiön asukkaiden saataville sekä ajasta ja paikasta riippumattomaksi.

Tässä opinnäytetyössä selvitetään asiakasryhmiltä, joilla mahdollisuus Omakukon käyttöön on jo ollut (omakotitaloasukkaat ja isännöitsijät), heidän käyttökokemuksiaan ja kehitystoiveitaan Omakukosta. Myös taloyhtiön asukkaita selvitetään tulevaisuuden toiveita Jätekuukon kanssa asioimiseen. Eri asiakasryhmien vastauksia tarkastelemalla mahdolliset kehityskohteet nousevat esiin, ja Omakukkoa voidaan kehittää vastaamaan asiakkaiden todellisiin tarpeisiin.

### **3.2 Lähtötilanne ja aikaisemmat tutkimukset**

Jätekuukolla on tiedostettu jo muutamia Omakukon kehityskohteita ja suunta, johon verkkopalvelua halutaan tulevaisuudessa kehittää. Vuonna 2018 Jätekuukon palautejärjestelmään kirjattiin 194 kappaletta palveluneuvontaan kohdistuvaa palautetta, joista Omakukkoa koskevia palautteita oli noin 40 kappaletta. Palautteiden joukosta kehityskohteeksi nousi erityisesti Omakukkoon kirjautumisen hankaluus. Kirjautumistunnusten toimimattomuus nousi esiin use-

ammassa palautteessa. (Palautejärjestelmä 2019.) Kirjautuminen vaatii käyttäjätunnuksen ja salasanan. Ensimmäisellä kirjautumisella Omakukko-verkko-palveluun käyttäjätunnuksena toimii asiakasnumero ja salasanana laskunumero tai laskutusosoite. Tämän jälkeen asiakas voi vaihtaa salasanan, mutta käyttäjätunnus pysyy ennallaan. Uusia helppokäyttöisempiä vaihtoehtoja kirjautumiselle on kuitenkin suunniteltu aktiivisesti. Jätekuukon isännöitsijäasiakailta kehitystoiveita tuli erityisesti Omakukosta informointiin ja tunnettuuden parantamiseen liittyen (Asiakaskokemustutkimus loppuraportti Jätekuukko 2017).

Jätekuukon asiakkaat ovat ilmaisseet mielenkiintonsa asiointiin sähköisen asiointipalvelun kautta. Suomen Kiertovoima Ry:n vuonna 2018 Jätekuukolle toteuttamasta kyselystä (Kivo-projekti 2018) kävi ilmi Jätekuukon asiakkaiden halukkuus eri yhteydenottotapoihin asiakaspalvelun kanssa. Kyselyyn vastaajat, jotka olivat aikaisemmin asioineet asiakaspalvelun kanssa puhelimitse, toivoivat asiakaspalvelua eniten puhelimitse myös jatkossa (81 % vastaajista). Kuitenkin heistä sähköisen asiointipalvelun tulevaisuuden yhteydenottokanavaksi valitsi lisäksi 33 prosenttia vastaajista. Vastaajat, jotka olivat asioineet sähköpostitse, halusivat toimia näin myös jatkossa (68 % vastaajista), minkä lisäksi sähköinen asiointipalvelu kiinnosti 53:a prosenttia kyseisistä vastaajista. Vastaajista, jotka olivat käyttäneet sähköistä asiointipalvelua eli Omakukko-verkko-palvelua, 80 prosenttia käyttäisi palvelua jatkossakin. Näistä tuloksista voidaan päätellä, että Jätekuukon asiakkaat ovat kiinnostuneita asioimaan asiakaspalvelun kanssa sähköistä asiointikanavaa hyödyntäen.

Sähköisen asiointimahdollisuuden tarjoaminen asiakkaille on yleistynyt kunnallisten jätehuolto-yhtiöiden keskuudessa. Suomen Kiertovoima ry:n edustamista kunnallisista jätehuolto-yhtiöistä vajaalla 50 prosentilla on käytössään sähköinen asiointipalvelu. Näiden palveluiden käyttö vaatii pääsääntöisesti asiakkaalta sisäänkirjautumisen. Jätehuolto-yhtiöiden sähköiset asiointipalvelut ovat hyvin toistensa kaltaiset, palveluissa voidaan tehdä muutoksia muun muassa asiakastietoihin ja jätehuolto-palveluihin. Tämän lisäksi kunnallisista jätehuolto-yhtiöistä reilu 20 prosenttia tarjoaa chat-yhteydenotot kotisivuillaan. (Sähköinen asiointi jätehuolto-yhtiöissä 2019.)

### 3.3 Tutkimusongelma

Vaikka Jäte kukko tarjoaa jo osalle asiakkaistaan mahdollisuuden sähköiseen asiointiin, Omakukon käyttäjämäärä ei ole toivotulla tasolla. Tätä voidaan pitää tutkimusongelmana. Jäte kukolta saadun puheluluokitteluraportin (2019) mukaan, asiakkaat ovat eniten yhteydessä asiakaspalveluun jäteastioiden tyhjen-nykseen liittyen. Valtaosa näistä yhteydenotoista olisi mahdollista hoitaa sähköisesti Omakukossa. Oletuksena on, että Omakukko-verkkopalvelu ei ole tavoit-tanut asiakkaita toivotussa määrin tai asiakkaat eivät osaa hyödyntää palve-lua. Tämän oletetaan olevan myös haaste, kun palvelu laajenee myöhemmin taloyhtiön asukkaiden keskuuteen. Tulevaisuuden tavoite on saada asiakkaille tarpeellinen tieto Omakukkoon ja asiakkaat löytämään palvelun.

Päätutkimuskysymys on:

Miten lisätä Omakukon käyttäjämäärää?

Apututkimuskysymykset ovat:

Mihin Omakukkoa käytetään?

Millaisia kokemuksia palvelun käyttö herättää?

Mitä eri asiakasryhmät toivovat palvelulta?

Tutkimuskysymyksillä tavoitellaan tietoa, jonka avulla voidaan parantaa asiak-kaiden käyttökokemuksia sekä heidän kokemaansa arvoa Omakukko-verkko-palvelusta. Tutkimuksella halutaan selvittää, tarjoaako Omakukko asiakkaille kaiken tarpeellisen tiedon. Asiakkaiden tyytyväisyyden selvittäminen on tär-keää, sillä palveluun tyytyväiset asiakkaat myös todennäköisesti käyttävät sitä. Palvelumuotoilu tarjoaa keinoja palvelukehittämisen tueksi. Palvelumuotoilu perustuu asiakkaiden tarpeiden tunnistamiseen ja ymmärtämiseen, mikä on myös tämän tutkimuksen tavoite.

### 3.4 Tutkimusmenetelmät

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytetään kvantitatiivista kysely-tutkimusta. Kvantitatiivinen eli tilastollinen menetelmä sopii tutkimukseen, koska asiakaskokemuksia halutaan selvittää mahdollisimman suurelta jou-kolta. Kvantitatiiviselle tutkimukselle on ominaista suuri vastaajien määrä, koska silloin tutkimuskohde voidaan selittää numeerisesti. Kysely ei ole ainoa

tutkimusaineiston keräämisen tapa, mutta se on suositeltu silloin, kun tutkitaan suurta hajanaista joukkoa. Kvantitatiivisen tutkimuksen tuloksia analysoidaan laskennallisesti, sekä tilastollisesti. Tutkimussuunnitelmaa laatiessa on varmistettava, että tutkittava asia on mitattavissa ja testattavissa. Kyselytutkimuksella kerätty tutkimusaineisto ryhmitellään taulukkomuotoon, jolloin tilastollisten yhteyksien esittäminen onnistuu. Tutkimustulokset esittävät mitattavien muuttujien välisiä suhteita ja eroja. Määrällistä tutkimusmenetelmää käytettäessä saadaan vastauksia kysymyksiin, kuinka paljon ja miten usein. (Vilkka 2015; Vilkka 2007.)

Tutkimuksen luotettavuuteen tulee kiinnittää huomioita jo ennen tutkimuksen toteutusta, koska tavoitteena ovat mahdollisimman luotettavat tutkimustulokset. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta tutkimuksen validius, pätevyys, on tärkeää. Validiteetti on hyvä, kun tutkimuksessa käytetyllä mittarilla onnistutaan mittaamaan sitä, mitä tutkimuksella on tarkoituskin mitata. Mittausvirheiltä välttyään kiinnittämällä huomioita mittareiden valintaan ja tutkimuskysymysten ymmärrettävyyteen. Jokaisen kyselylomakkeeseen vastaajan tulee ymmärtää kysymykset samalla tavalla. Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa puolestaan tutkimustuloksen pysyvyyttä. Mikäli tutkimus toistettaisiin, tutkimustuloksen tulee pysyä samana. Tällöin tutkimustulos on riippumaton tutkimuksen toteuttajasta. (Kananen 2015, 30; Vilkka 2015, 193–194.)

## 4 TEORIA

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys keskittyy palveluiden digitalisoitumisen, sähköisen asioinnin sekä palvelumuotoilun näkökulmaan. Nämä kaikki liittyvät vahvasti toisiinsa, sillä digitalisoitumisen myötä palvelualoilla toimivilta yrityksiltä odotetaan yhä useammin sähköisen asioinnin mahdollisuutta. Sähköinen asiointi mahdollistaa asiakkaille palveluiden käytön ajasta, paikasta ja päätelaitteesta riippumatta. Sähköisen asiointipalvelun tarjoaminen ei yksin riitä, vaan asiointipalvelun tulee palvella niin asiakasta kuin yritystä ja tuoda molemmille lisäarvoa. Palvelumuotoilu on erityisesti kehitysprojekteissa käytetty liiketoiminnan kehittämisen keino, jolla asiakkaan todellinen tarve saadaan selvitettyä. Palvelumuotoilun keinoja käytettäessä huomioidaan erityisesti asiakaskokemus, ja tällöin yrityksen toiminta on kokonaisvaltaisesti asiakaslähtöistä.

Eri kirjallisuuslähteissä käytetään termejä asiakaskokemus ja asiakaslähtöisyys, mutta myös termejä käyttäjäkokemus ja käyttäjälähtöisyys. Tässä opin-  
näytetyössä käytetään termejä asiakaskokemus ja asiakaslähtöisyys, sillä  
Omakukko-verkkopalvelun käyttäjät ovat nimenomaan Jätekuon asiakkaita.  
Tämä tutkimus tuo uutta näkökulmaa painottuen sähköisen asioinnin paranta-  
miseen palvelumuotoilun keinoja hyödyntämällä.

#### **4.1 Digitalisoituminen ja digitalisaatio**

Digitalisoitumisella tarkoitetaan asioiden ja prosessien sähköistymistä, minkä  
teknologian kehittyminen mahdollistaa. Monet olemassa olevat prosessit ja  
palvelut voidaan muuttaa sähköiseen muotoon ja parhaimmillaan automati-  
soida. Keskeisintä digitalisoituksessa ovat muutos ja uudistuminen. Digitali-  
soituminen on digitalisaation taustalla. Digitalisoituminen vaikuttaa asiakas-  
käyttäytymiseen, ja sitä kautta se muuttaa niin ihmisten käyttäytymistä kuin  
markkinoiden ja yritysten dynamiikkaa. Tästä kokonaisvaltaisesta muutok-  
sesta puhuttaessa käytetään termiä digitalisaatio. Digitalisaatiota voidaan tun-  
nistaa ja tarkastella eri tasoilla: yhteiskunnan-, markkinoiden- ja yritysten digi-  
talisaatio. Nämä kaikki vaikuttavat toisiinsa. (Ilmarinen & Koskela 2015,16,  
22–23.)

##### **4.1.1 Yritysten digitalisoituminen**

Digitalisoitumisen myötä yritysten ja yritysjohtoon tulee tarkastella strategi-  
aansa ja toimintatapojaan. Perinteiset yritykset ovat lähes pakotettuja muutta-  
maan toimintatapojaan digitaalisiksi, tai muuten seuraukset voivat olla ei toivo-  
tut. Digimuutoksella tarkoitetaan tätä vaadittua muutosta. Yritys hakee di-  
gimuutoksella niin onnistuneita asiakaskokemuksia kuin pitkän aikavälin ky-  
vykkyyttä. Yritys voi pyrkiä tuottamaan uusia palveluja, tavoittamaan uusia  
kohderyhmiä tai alentamaan kustannuksia. Digimuutoksella pyritään myös  
erottumaan kilpailijoista ja takaamaan näin kilpailuetu ja kannattavuus. Yrityk-  
sen digimuutos vaatii uuden teknologian ja työkalujen lisäksi työntekijöiden  
halukkuutta muutokseen sekä osallistuvaa muutosjohtamista. Digitalisoitumi-  
nen ja digimuutos ovat yritykselle aina mahdollisuus kehittyä ja kehittää toi-  
mintatapojaan. (Savolainen & Lehmuskoski 2017, 13–19.)

Digitalisaation etenemisessä on eroja eri toimialojen välillä, mutta ennemmin tai myöhemmin se koskettaa jokaista toimialaa. Digitaalisesti vähemmän edistyksellisillä toimialoilla erottuminen kilpailijoista on helpompaa, koska digitalisaatioita hyödyntäviä toimijoita on vähemmän. Asiakkaiden muuttuvien tarpeiden ja odotusten täyttäminen on tärkeää, sillä uusia haastajia ilmestyy aina. Yrityksen menestykseen vaikuttaa vahvasti se, kuinka se asemoituu omassa ekosysteemissään, toisin sanoen liiketoiminnan verkostossaan. (Kärkkäinen, 2015.)

Liiketoiminnan digitalisoituminen luo uusia ja aikaisempaa monipuolisempia keinoja asiakaslähtöisempään palveluun. Tietoisuudesta on tullut yritysten menestystekijä, koska digitalisoituminen on tuonut historiatiedot ja tiedot tästä hetkestä helposti saataville. Digitaalisuuden avulla voidaan tuottaa yksilöllistä palvelua usealle yksittäiselle asiakkaalle. (von Zansen ym. 2017, 19, 28.) Olemassa olevan asiakastiedon analysointi ja kyky tiedon uudelleen käyttöön ovat yrityksen menestyksen kannalta merkittävässä roolissa. Lisäksi digitalisaation kelkassa pysyminen vaatii investointeja, mutta kaikista merkittävin tekijä on riittävä osaaminen. Ilman teknologiaosaamista uutta teknologiaa ei osata hyödyntää. (Gerdt & Eskelinen 2018, luku 1.)

Digitalisoituminen mahdollistaa entistä nopeammat ja automatisoidut palvelut ja prosessit. Konkreettisesti digitalisoituminen näkyy yrityksissä muun muassa asiakaspalvelun muutoksessa. Digitalisoitumisen myötä sähköiset asiointipalvelut, chat-verkkoviestit ja sosiaalisen median kanavat ovat tulleet perinteisen puhelimitse toimivan asiakaspalvelun rinnalle. Asiakaspalvelukanavasta riippumatta asiakkaat odottavat saavansa vastauksen pienimmällä mahdollisella viiveellä ja vähäisellä vaivannäöllä. Mikäli asiakkaan odotukset reaaliaikaisesta asiakaspalvelusta halutaan täyttää, mukaan vaaditaan yhä useammin teknologiaa. Tekoälyä hyödyntävät virtuaaliset asiakaspalvelijat ovat teknologian huippua. (Gerdt & Eskelinen 2018, luku 1.)

Yritysten tulee huomioida liiketoiminnan kehitysprojekteissaan mobiililaitteiden käytön yleistyminen. Tulevaisuudessa asioiden hoitaminen tapahtunee ensisijaisesti mobiililaitteilla. Tilastokeskuksen (2017) toteuttaman vapaa-aikatutkimuksen mukaan suomalaisten suosituin sosiaalisen median palvelu oli

WhatsApp-pikaviestipalvelu. Kaikista suomalaisista palvelua käytti 68 prosenttia ja nuorista 15–24-vuotiaista 96 prosenttia. Toiseksi yleisimmällä palvelulla Facebookilla käyttäjiä oli 55 prosenttia ja kolmanneksi suosituimmalla Facebook Messengerillä 37 prosenttia. (Kohvakka & Saarenmaa 2019.) Kolme suosituinta sosiaalisen median kanavaa perustuu pikaviestinnälle tai chat-verkkoviesteille. Tämä antaa viitteitä siihen, että yritysten tulisi panostaa sosiaalisen median kanavien lisäksi erilaisten chat-tyyppisten palveluiden kehittämiseen.

#### **4.1.2 Digitalisaation nykytila**

Liiketoimintaa harjoittaville yrityksille digitalisoituminen mahdollistaa liiketoiminnan kehittämisen uusia digitaalisia palveluja, kanavia ja keinoja hyödyntäen. Lisäksi digitalisoituminen mahdollistaa täysin uusien liikeideoiden suunnittelun.

Boston Consulting Groupin (Tuore raportti 2017; Raportti 2017) raportti kritisoi Suomen digitalisaation olevan jälkeen jäänyttä verrattuna muuhun maailmaan, vaikka mahdollisuudet edelläkävijyyteen olisivat olemassa. Panostaminen digimuutokseen kannattaa, sillä yritykset, jotka tähän panostavat ja kehittelevät uusia liiketoimintatapoja, pärjäävät paremmin kilpailijoihinsa nähden. Suomessa osataan uusien digiprojektien visioiminen, mutta toteutuksessa olisi parantamisen varaa. Parhaaseen lopputulokseen päästään keskittymällä muutama digiprojektiin useiden samanaikaisten projektien sijaan. Suomessa toimivilla yrityksillä on hyvät edellytykset pysyä digitalisaation kehityksessä, koska Suomesta löytyy vahvaa digiosaamista ja laitteiden mobiilikäyttö on kuluttajien keskuudessa yleistä.

Elisan ja Suomen Yrittäjien Prior Konsultoinnilla teettämän tutkimuksen mukaan (Suomalaisten pk-yritysten digitaalisuus 2018) vuonna 2018 lähes 70 prosenttia työnantajayrityksistä sekä useampi kuin joka toinen yksinyrittäjä on edellisen kahden vuoden aikana tehnyt tekoja kohti digitaalisempaa yritystä. Näillä teoilla tarkoitetaan useimmissa tapauksissa digitaalisen yritystoiminnan perusteiden rakentamista, mutta myös digitalisuutta hyödyntäviä tuotteita ja palveluja. Yleisin teko kohti digitaalisempaa yritystä on sähköisen markkinoinnin kehittäminen, ja muita yleisiä tekoja ovat muun muassa asiakaspalvelun

sähköistäminen ja erilaisten asiakkuudenhallintajärjestelmien käyttöönotto. Yhteistä näille digitaalisille teoille on se, että liiketoiminnallinen hyöty tulee esiin vasta pidemmällä aikavälillä. Suurin liiketoiminnallinen hyöty saadaan sellaisista digitalisuutta edistävästä teoista, jotka ovat asiakkaiden toiveista peräisin.

#### **4.1.3 Digitalisoituminen asiakkaan näkökulmasta**

Digitalisoitumisen taustalta löytyvä teknologian kehittyminen vaikuttaa yritysten lisäksi kuluttajien eli asiakkaiden toimintaan. Vaikutukset näkyvät kommunikoinnissa yritysten kanssa, mikä tapahtuu yhä useammin verkossa. Asiakkaat odottavat nopeampia, automatisoituja ja personoituja palveluja. Automatisointi hyödyttää yrityksen lisäksi asiakasta, koska se mahdollistaa reaaliaikaisen tiedon välittämisen asiakkaalle ja vaikuttaa näin asiakkaan osto- tai palvelukokemukseen positiivisesti. Palvelujen personointi näkyy asiakkaalle jouhevana ostotapahtumana ja edistää ostopäätöksen syntymistä, kun aikaisempi ostohistoria määrittää ja esittelee asiakkaalle henkilökohtaisia suosituksia. Samoin ostopäätöksen tekoon osallistuvat toiset asiakkaat, joiden arviot ja suositukset ovat helposti kaikkien saatavilla internetissä. (Gert & Eskelinen 2018, luku 1.)

Digitalisoituminen on tuonut internetin niin työhön kuin vapaa-ajalle. Ihmiset haluavat yhä enemmän päättää itse, milloin ja missä he asioivat. Suomessa internetin käyttö on yleistynyt nopeasti. Tilastokeskuksen (2018) tutkimuksen mukaan suomalaisista 16–89-vuotiaista 89 prosenttia käyttää internetiä, alle 55-vuotiaista lähes kaikki. Suurimmalla osalla internetin käyttö on päivittäistä. Yleisimmät käyttökohteet ovat asioiden hoito, viestintä, medioiden seuranta ja tiedonhaku. Mobiililaitteiden käyttö on yhä yleisempää, ja yleisimmin internetiä käytetään matkapuhelimella. Koko 16–89-vuotiaasta väestöstä 75 prosenttia oli käyttänyt internetiä matkapuhelimella edeltäneen kolmen kuukauden aikana. Toiseksi yleisintä oli internetin käyttö tietokoneella, jota kertoi käyttäneensä 65 prosenttia vastanneista ja tablettia kertoi käyttäneensä 41 prosenttia vastanneista. Kaikkien tutkimukseen osallistuneiden keskuudessa verkkopankin käyttö oli yleisin internetin käyttökohde, ja asiointi muiden viranomais-ten ja julkisten palveluiden kanssa on yhä yleisempää.



Liiketoimintaympäristön muutokset digitaalseksi ovat lisänneet asiakkaiden vaikutusvaltaa yritysten toiminnassa. Asiakkaat osallistuvat prosesseihin ja asiakkaiden jatkuvasti uudistuvat käyttäytymisen mallit vaativat yrityksiltä uusia toimintatapoja. Asiakkaat vertailevat toimijoita ja asiointikanavia. Yritykset ovat lähes pakotettuja huomioimaan asiakaskäyttäytymisen muutokset tuotevalikoimissaan ja asiakaskanavissaan. Digitalisaatio ja sen myötä muutokset asiakkaiden käyttäytymisessä ovat suurin yritysten toimintaedellytyksiin vaikuttava tekijä (von Zansen ym. 2017, 42–46, 58.)

## **4.2 Sähköinen asiointi**

Sähköisen asioinnin määritelmät vaihtelevat, ja joidenkin määritelmien mukaan sähköisenä asiointina voidaan pitää kaikkea verkossa tapahtuvaa asiointia, kuten sähköpostiviestittelyä. Määritelmästä riippuen sähköinen asiointi, tai toiselta nimeltään verkkoasiointi, voi olla yksi- tai kaksisuuntaista verkossa tapahtuvaa asiointia. Tässä opinnäytetyössä sähköisellä asioinnilla tarkoitetaan sellaista sähköistä asiointipalvelua, mitä käytetään tietokoneella tai mobiililaitteella ja mikä on kehitetty asioiden hoitamiseen. Kansallisarkiston (2018) määritelmä tiivistää sähköisen asioinnin seuraavasti ja tähän opinnäytetyöhön sopivalla tavalla: ”Sähköinen asiointi on asian hoitamista tai tuotteen hankkimista tietoverkossa tarjottua palvelua käyttäen.”

Sähköiset asiointipalvelut ovat lisääntyneet ja kehittyneet toimintaympäristön muuttuessa. Suomessa on kehitetty 1990-luvun lopusta lähtien viranomaisten digitaalisia palveluja. Useat poliittiset tavoitteet ovat asetettu asiakaslähtöisiä sähköisiä palveluita edistämään. Lainsäädäntöä kehittämällä ja toimintatapoja päivittämällä pyritään edistämään digitaalisten palveluiden ensisijaisuutta viranomaistoiminnassa. (HE 60/2018 vp, 4.) Sähköisen asioinnin lisääntymistä julkisella sektorilla vauhditti valtiovarainministeriön Sähköisen asioinnin ja demokratian vauhdittamisohjelma (SADe-ohjelma), joka tuli päätökseen vuonna 2015. SADe-ohjelman tarkoitus oli edistää sähköistä asiointia ja mahdollistaa sen käyttö keskeisissä palveluissa kansalaisille ja yrityksille vuoteen 2013 mennessä. Ohjelman myötä uudistettiin monia prosesseja ja palvelutoimintoja. SADe-ohjelmalla oli merkittävä rooli Suomen digitalisaation vauhdittajana. (SADe-ohjelma, 2016.)

Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta (15.3.2019/306) astui voimaan 1.4.2019. Lain tarkoituksena on edistää digitaalisten palvelujen saatavuutta, laatua, tietoturvallisuutta sekä sisällön saavutettavuutta. Laissa korostetaan yhdenvertaista mahdollisuutta digitaalisten palveluiden käyttöön. Samalla toimeenpantiin EU:n vuonna 2016 voimaan tullut saavutettavuusdirektiivi. Saavutettavuusvaatimusten soveltaminen käynnistyi portaittain syyskuussa 2019. Saavutettavuusdirektiivin tavoite on edistää kaikkien mahdollisuutta käyttää verkkopalveluita ja toimia täysivertaisesti digitaalisessa yhteiskunnassa. Tämä tarkoittaa sitä, että digitaalisia palveluja voi käyttää kuka tahansa päätelaitteesta tai käyttäjän muusta tilanteesta huolimatta. Digipalveluja suunniteltaessa tulee huomioida ihmisten erilaisuus. Saavutettavuusdirektiivi koskee julkisen hallinnon organisaatioita sekä osaa järjestöistä ja yrityksistä. Tämän direktiivin myötä eri tahoilla on tarkasteltu digitaalisia palveluja ja tehty vaadittuja muutoksia. Saavutettavuuden huomiointi parantaa samalla asiakaslähtöisyyttä. Muutokset eivät kohdistu vain teknisiin ratkaisuihin, vaan myös sisällön ymmärrettävyyteen. (Saavutettavuus s.a.; Tietoa saavutettavuudesta s.a.)

#### **4.2.1 Sähköisen asioinnin hyödyt**

Sähköisten palvelujen ja sähköisten asiointimahdollisuuksien tarjoaminen on yrityksen menestyksen kannalta tärkeää. Menestyksen taustalla piilevät tyytyväiset asiakkaat. Tarjoamalla asiakkaalle useita vaihtoehtoja asioida ja käyttää yrityksen palveluja pyritään asiakkaalle mahdollistamaan vaivaton asiointikokemus. Sähköinen asiointi voi olla asiakkaan näkökulmasta asiakaspalvelua, yhteystietoja, tuotetietoja, ostamista tai muuta asiointia verkossa. Sähköisellä asioinnilla pyritään vähentämään asiakkaan asiointiin uhraamaa aikaa ja vaivaa. Kun asiakkaat ovat tyytyväisiä sähköiseen palveluun, he ovat samalla sitoutuneempia yritykseen. He ostavat todennäköisesti yrityksen tuotteita uudelleen ja suosittelevat yritystä tuttavilleen. Sähköiset asiointipalvelut ovat lisäksi tärkeitä välineitä käyttäytymistiedon ja asiakaskokemusten keräämisessä. Kun saatu tieto analysoidaan, sitä voidaan hyödyntää monipuolisesti liiketoiminnassa. Aktiivinen vuoropuhelu yrityksen ja asiakkaan välillä luo mahdollisuuden asiakkaiden todellisten tarpeiden ja toiveiden ymmärtämiseen ja sitä kautta oikeiden toimintojen kehittämiseen. (Hallavo 2013, luku 1–2.)

Sähköisten palvelujen kehitykseen ajaa asiakkaiden käyttäytymisen muutos, palvelua halutaan ympäri vuorokauden ja maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Sähköisen liiketoiminnan kehittäminen mahdollistaa paikkariippumattoman liiketoiminnan ja asiakkaiden tavoittamisen laajalta alueelta. Palvelujen kehitykseen ajavat myös kustannuspaineet ja vähenevät resurssit. Etenkin julkisen sektorin organisaatiot toimivat ympäristössä, jossa resurssien niukkuus on yleistä. Heille sähköisen asioinnin kehittäminen tarjoaa mahdollisuuden tehostaa prosesseja ja säästää kustannuksissa. (Sirkemaa 2014, 182.) Yleisesti sähköisen asioinnin tavoite on lisätä asioinnin sujuvuutta ja nopeuttaa käsittelyaikoja huomattavasti. Sähköisestä asioinnista saatuja hyötyjä voidaan tarkastella mm. ekologisuuden, taloudellisuuden ja asiakkaiden tasavertaisuuden näkökulmista. Tasavertaisen asiointimahdollisuuden tarjoaminen edellyttää panostuksia palvelun käytettävyyteen, saavutettavuuteen sekä esteettömyyteen. (Ahde 2017, 7–8.)

Sähköisen asioinnin hyötyjen rinnalla tulee muistaa ja huomioida sähköisen asioinnin uhkaympäristö. Palveluiden laatu ja tietoturvallisuus tulee turvata. Sähköiset asiointipalvelut ovat alttiina internetin kautta välittyville sekä suorille, että välillisille uhille. Uhkat kohdistuvat tietojen luottamuksellisuuteen, eheyteen ja saatavuuteen. Palveluita kehitettäessä tulee ottaa huomioon riskit ja tunnistetut uhkatekijät, jotka kohdistuvat niin palveluun kuin toimintaympäristöön kokonaisuudessaan. (Sähköisen asioinnin tietoturvallisuus -ohje 2017.)

#### **4.2.2 Sähköisten asiointipalveluiden ryhmittelytapoja**

Sähköinen palvelu on yleiskäsite sähköistä tiedonsiirtoa tarjoavalle palvelulle. Kun asioita hoidetaan sähköistä palvelua hyödyntäen, puhutaan sähköisestä asioinnista. Sähköisiä asiointipalveluja voidaan tunnistaa ja ryhmitellä usealla eri tavalla. Yksi ryhmittelytapa perustuu palvelun käyttötarkoitukseen. (Voutilainen 2007, 4.) Asiointipalveluiden pääasiallinen tarkoitus on informaation välittäminen asiakkaille, jolloin tiedonkulku on yksisuuntaista. Mitä pidemmälle palvelua kehitetään, sen enemmän vuorovaikutus palvelussa yleensä lisääntyy. (Sirkemaa 2014, 182.) Tieto- ja tiedottamispalvelut tarjoavat asiakkaalle tietoa yksisuuntaisesti. Palautepalveluilla asiakkaat voivat antaa palautetta ja osallistua toiminnan kehittämiseen. Lomakepalvelussa asiakas voi täyttää ja

lähettää sähköisen lomakkeen ja saattaa näin asiansa vireille. Kehittynein palvelu on vuorovaikutteinen sähköinen asiointipalvelu, jossa viestintä on kaksisuuntaista. Tällainen asiointipalvelu vaatii usein palveluun kirjautumisen. Palvelussa voi tarkastella omia tietojaan, jättää hakemuksia, seurata asioiden käsittelyä ja saada päätökset sähköisesti. (Ahde 2017, 35; Voutilainen 2007, 5.)

### **4.3 Asiakslähtöinen palveluiden kehittäminen**

Asiakslähtöinen yritys ei pyri sopeuttamaan asiakkaitaan vaan on aidosti kiinnostunut siitä, mitä asiakkaat todellisuudessa haluavat (Mooij ym. 2005, 109). Asiakslähtöinen yritys huomioi kaikessa palvelukehityksessään asiakkaat ja pyrkii kehityksellä lisäämään asiakkaiden tyytyväisyyttä. Yrityksen on tärkeää selvittää asiakkaidensa tyytyväisyys, koska silloin tyytyväisyyden parantaminen on mahdollista.

Yrityksillä voi olla eri asteisia asiakslähtöisyyteen perustuvia linjauksia toiminnassaan. Vaikka yritys ajattelee olevansa asiakslähtöinen, sillä on merkitystä, kuinka keskeisessä osassa asiakas on todellisuudessa. Asiakkaisiin keskittynyt yritys tuntee asiakkaansa ja heidän tarpeensa. Tällöin yritys panostaa vakauttaakseen nykyisen liiketoimintansa ja keskittyminen on enemmän yrityksen sisäpuolen toiminnoissa kuin ulkopuolen asiakkaissa. Näin menettelevä yritys ei toimi varsinaisesti asiakslähtöisesti. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 25–26.)

Tästä asiakaskeskeisempi yritys voi jo kuvata itseään asiakslähtöiseksi. Tällöin yritys kerää palautetta asiakkailtaan ja pyrkii aktiivisesti parantamaan toimintaansa palautteiden pohjalta. Mikäli tavoitteena on edelleen asiakslähtöisempi toiminta, tulee yrityksen panostaa asiakkaisiin lisäksi tunnetasolla. Asiakkaat haluavat kokemuksia, jotka ylittävät heidän odotuksensa. Todellinen ja aidosti asiakslähtöinen yritys ymmärtää asiakkaiden tarpeet kokonaisvaltaisesti. (Mts. 27.)

Asiakslähtöinen yritys käy jatkuvaa dialogia asiakkaiden kanssa, jota voidaan täsmentää yksittäisillä asiakslähtöisillä kehitysprojekteilla. Kehitysprojekteissa toteutetaan usein asiakaskyselyitä, joilla tätä ymmärrystä pyritään ke-  
räämään. Aito asiakslähtöinen yritys ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja vastaa

niihin, ennen kuin asiakkaat edes itse havaitsevat niitä. Asiakkaat pääsevät kertomaan, mikä heille on tärkeää, mikä tällä hetkellä toimii, millaisia ongelmia ja haasteita he havaitsevat ja mitä he palvelulta odottavat. Ymmärtämällä asiakkaiden todelliset tarpeet turhat palvelut voidaan karsia ja panostaa todelliseen tarpeeseen. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 30; Toskovic 2017.)

Asiakaslähtöisen yrityksen taustalta löytyy kyky luoda arvoa asiakkaalle. Asiakkaan arvostus kokemuksia, mielikuvia, hyvää palvelua ja helppoa saavutettavuutta kohtaan kasvaa jatkuvasti (von Zansen ym. 2017, 89). Asiakkaan kokemus arvo tarkoittaa sitä arvoa, minkä asiakas palvelua käyttäessä saa. Asiakas arvoa tuottamalla lisääntyy myös asiakkaiden yritykselle tuottama arvo. (Helander ym. 2013, 30–31.)

#### **4.4 Palvelumuotoilu**

Digitalisoitumisen myötä palvelujen tarjoaminen on siirtynyt kaikkien saataville internetiin ja sähköisestä asiointimahdollisuudesta on tullut melkein itseisarvo. Sähköisen asiointimahdollisuuden tarjoaminen ei yksin riitä, vaan palvelun tulee olla toimiva ja vastata asiakkaiden tarpeisiin. Asiakkaiden ymmärtämisellä on merkittävä rooli asiakaslähtöisessä palvelukehityksessä, samoin kuin koko yrityksen menestyksessä.

Palvelumuotoilu (service design) on keino, jolla yritys ottaa asiakkaat huomioon palvelun kehittämisessä alusta alkaen. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelujen suunnittelua ja kehittämistä asiakaslähtöisesti. Palvelumuotoilu perustuu palvelun käyttäjien tarpeiden ja toiveiden ymmärtämiseen. Palvelun käyttäjiltä eli asiakkailta kerätään tietoa ja kokemuksia, toisin sanoen he osallistuvat kehitystyöhön. Palvelumuotoilua käytetään palvelukehitysprojekteissa, joissa asiakkaiden toiveet ovat suunnitteluprosessin lähtökohta. (Miettinen 2011, 21–23.) Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää innovoidessa uusia palveluja tai kehitettäessä jo olemassa olevia palveluja. Palvelumuotoilu auttaa tehostamaan palveluja niin asiakkaan kuin yrityksen näkökulmasta. Tulevaisuudessa markkinoiden todellisen ymmärtämisen merkitys kasvaa ja hyvin toteutetut palvelut toimivat kilpailuetuna. (Moritz 2005, 4, 59.)

Palvelumuotoilun taustalla vaikuttavat vahvasti muotoiluajattelu (design thinking) ja muotoilun menetelmät. Muotoiluajattelu tuo prosessiin luovia tapoja työskennellä. Muotoiluajattelu parantaa yrityksen toimintaedellytyksiä ja mahdollistaa uskalluksen luottaa luovaan ajatteluun ja osaamiseen. Muotoiluajattelu hyödyntävä yritys toimii luovasti ja sopeuttaa tarvittaessa toimintaansa. Yrityksen toiminta on ratkaisukeskeistä ja toiminnassa hyödynnetään eri alojen asiantuntijoita. (Miettinen 2014, 10–12.) Muotoilu-käsite yhdistetään tavanomaisesti tuotemuotoiluun, mutta palvelumuotoilu tulee erottaa tuotemuotoilusta, jonka tarkoitus on nimenomaan kehittää tuotetta. Palvelumuotoilussa otetaan asiakkaan tarpeet huomioon ja kehitetään kokonaisuutta (Tuulaniemi 2011, luku 2.) Muotoiluajattelu on näitä laajempi kokonaisuus, jota voidaan hyödyntää kehiteltäessä niin tuotteita kuin palveluita (Miettinen 2014, 21).

Palvelumuotoilu ei ole ainoastaan muotoilijoiden työtä, vaan palvelumuotoilu antaa tarvittavat työkalut kaikille palvelun kehitysprojektissa mukana oleville. Useat tieteenalat lähentyvät palvelumuotoilun keinoin toteutettavassa projektissa. Yhteistyö eri osaamisalojen välillä on tiivistä ja merkityksellistä. Palvelumuotoilu antaa menetelmät, joiden avulla yritys voi toteuttaa kehittämistyötä yhdessä asiakkaiden kanssa. (Penin 2018, 310; Tuulaniemi 2011, luku 2.)

#### **4.4.1 Palvelumuotoiluprosessi**

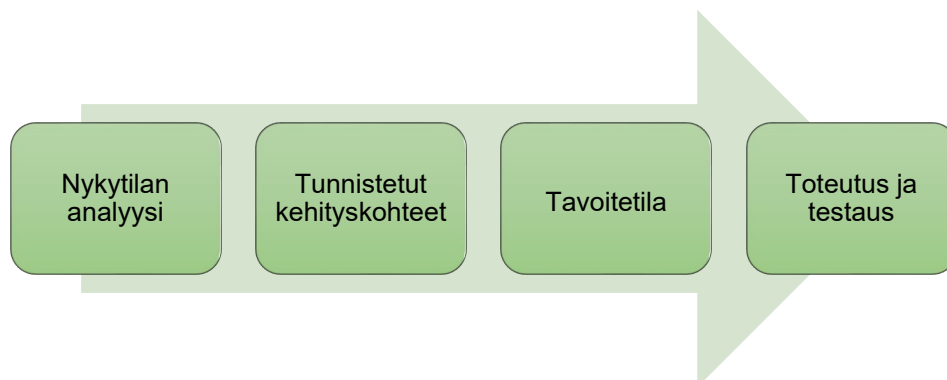
Palvelu on prosessi, joka näyttäytyy asiakkaalle yhtenäisenä palvelukokonaisuutena. Todellisuudessa jokainen palvelukokonaisuus koostuu useista osapalveluista ja osapalvelut useista kohtaamispisteistä. Kohtaamispisteiden kautta asiakas on kontaktissa ja kokee sekä aistii palvelun. Yhtenäisessä ja toimivassa palvelussa kohtaamispisteiden tulee olla kunnossa. Palvelumuotoilu keskittyy tärkeiden kohtaamispisteiden havaitsemiseen ja muotoiluun sekä turhien pisteiden karsimiseen. Asiakkaan palvelupolusta, eli siitä miten asiakas kokee ja kulkee palveluprosessin läpi, pyritään tekemään mahdollisimman toimiva. (Tuulaniemi 2011, luku 2.)

Palvelumuotoilun prosessi käynnistyy kehityskohteen määrittämisellä ja nykytilan analyysillä. Hyvä kokonaiskuva nykytilasta saadaan keräämällä käyttäjätietoa ja asiakasymmärrystä. Tyypillisesti tietoa kerätään asiakastutkimuksella. (Ihamäki 2016; Miettinen 2011, 14; Penin 2018, 184.) Tuulaniemen (2011,

luku 2) mukaan monipuolista asiakasymmärrystä voidaan kerätä haastatteluilla, kyselyillä, tausta-aineistoja tutkimalla, havainnoimalla sekä asiakkaita osallistamalla. Ymmärtämällä asiakasta ymmärretään asiakkaan arvomuodostus.

Nykytilan analyysin pohjalta saadaan selville tämänhetkinen asiakaspolku, josta käyvät ilmi asiakkaan kokemukset ja havaitut ongelmakohdat palvelun eri kohtaamispisteissä. Näiden tunnistettujen kehityskohteiden pohjalta voidaan käynnistää ideointiprosessi, jossa asiakkaan lisäksi huomioidaan organisaation ja työntekijöiden näkökulma. Ideointiprosessin tavoite on ratkaista ongelmat, suunnitella kohtaamispisteet uudelleen ja määrittää tavoitetila. Tavoitetila kertoo optimaalisen asiakaspolun ja mittarit, joilla tavoitetilaa voidaan mitata. (Ihamäki 2016; Penin 2018, 184.)

Jotta tavoitetilaan päästään, tulee suunnitelmat toteuttaa ja havaitut ongelmat ratkaista. Tämän jälkeen olennainen osa palvelumuotoilua on testaaminen ja kokeileminen. Ennalta määritetyt mittarit kertovat, saavutettiinkö haluttu tavoitetila. Kuva 3 havainnollistaa palvelumuotoilun prosessin etenemisen. Huomionarvoista on se, että pysyäkseen jatkuvasti uudistuvan toimintaympäristön mukana yritysten tulee ottaa palvelumuotoilun keinot pysyväksi osaksi toimintamalliaan. (Ihamäki 2016.)



Kuva 3. Palvelumuotoilun prosessi mukaillen lähdettä (Ihamäki 2016)

#### 4.4.2 Asiakaskokemus

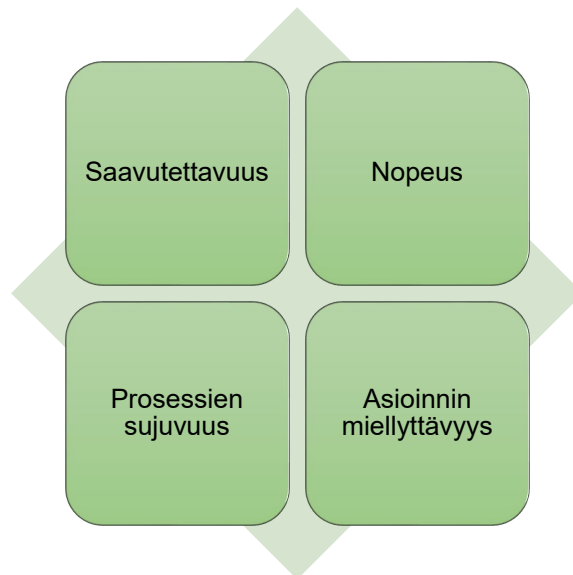
Toimivan palvelun kehittäminen vaatii tietoa palvelun käyttäjiltä, toisin sanoen tarvitaan asiakaskokemuksia. Palvelumuotoilu toimii työvälineenä erinomaisen asiakaskokemuksen rakentamisessa. Löytänän ja Kortesuon (2011, luku 1)

määritelmän mukaan asiakaskokemuksella (customer experience) tarkoitetaan asiakkaan kokemia mielikuvia ja tunteita yrityksen toiminnasta. Asiakaskokemus on tunteita, joita yrityksen ja asiakkaan välinen kanssakäyminen herättää. Asiakaskokemusta selvitetään ja mitataan usein asiakastutkimuksilla. Asiakkaan käyttäytymisen ymmärtäminen ja asiakaskokemuksen mittaaminen on välttämätöntä, mutta vielä tärkeämpää on kokonaisvaltainen lähestymistapa ja suunnittelu.

Asiakaskokemus rakentuu kokonaisuudesta, joka syntyy asiakkaan kanssa käydyn vuorovaikutuksen seurauksena. Asiakaskokemus muodostuu asiakaspolun varrelle osuvista kohtaamispisteistä. Kohtaamispisteet voivat olla fyysisiä kohtaamisia, joissa asiakas ja yrityksen edustaja kohtaavat kasvotusten. Yhä useammin ne voivat olla kohtaamisista digitaalisessa ympäristössä tai tiedostamattomista kohtaamisista eli tunnekokemuksista, joihin mainonnalla ja mielikuvilla ovat osuutensa. (Ahvenainen ym. 2017, 34.)

Digitaaliset kohtaamiset voivat tapahtua sosiaalisessa mediassa tai digitaalisissa kanavissa ja palveluissa. Näitä arvioidessaan asiakkaat perustavat arvionsa useisiin asiakaskokemukseen vaikuttaviin elementteihin (kuva 4). Asiakkaiden arvioinnin kohteina ovat yrityksen onnistumiset palvelupolun eri kohtaamispisteissä. He arvioivat asiointin miellyttävyyttä, eli sitä millaisia tunteita asiointi herättää. He arvioivat verkkoasiointin saavutettavuutta, kuinka helposti tuotteet ja palvelut löytyvät verkosta. Lisäksi arvioinnin kohteena on prosessin sujuvuus, eli se päästiinkö haluttuun tavoitteeseen vaivattomasti ja kuinka nopeasti tavoite saavutettiin. (Ahvenainen ym. 2017, 10; Korkiakoski & Gerdt 2016, 229.)



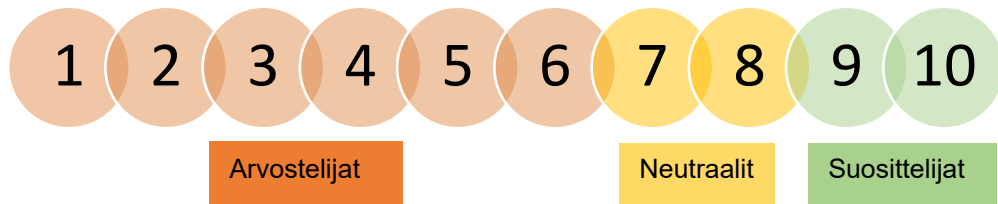


Kuva 4. Hyvän asiakaskokemuksen elementit (Korkiakoski & Gerdt 2016, 229)

Asiakaskokemus koostuu asiakkaan odotusarvon ja toteuman suhteesta. Parhaimmillaan erinomaisella asiakaskokemuksella voidaan ylittää asiakkaiden odotukset. Erinomainen asiakaskokemus vaatii onnistumista yrityksen sisäisessä kommunikaatiossa ja tiedonkulussa. Asiakkaalle palvelu näyttäytyy usein yhtenä kokonaisuutena, vaikka yrityksen sisällä se voi koostua useista vaiheista ja usean henkilön työpanoksesta. (Ahvenainen ym. 2017, 23, 68.)

Hyvä asiakaskokemus auttaa asiakkaan luottamuksen ansaitsemisessa ja syvän asiakassuhteen luomisessa. Digitaalisella aikakaudella asiakaskokemuksesta on tullut olennainen osa yrityksen liiketoiminnan arvoa. Hyvä asiakaskokemus tulee luoda jokaisella asiointikerralla uudestaan. (von Zansen ym. 2017, 35, 94.) Asiakaskokemusta voidaan mitata erilaisilla mittareilla, jotka voivat olla esimerkiksi taloudellista tehokkuutta tai asiakaskohtauksia mittaavia. Asiakkaiden suositteluhalukkuutta mittaava Net Promoter Score (NPS) ja asiakaskohtauksien vaivattomuutta mittaava Customer Effort Score (CES) ovat tunnetuimpia asiakaskohtauksen mittareita. CES-mittari ilmoittaa sen, kuinka vaivattomana tai helppona asiakas koki kohtauksen tai palvelun. Perinteisesti käytetään asteikkoa 1–5, jossa numero 1 tarkoittaa erittäin vaivattonta ja numero 5 erittäin vaivalloista. NPS-kysymyksellä voidaan puolestaan selvittää asiakkaan halukkuutta suositella yritystä, palvelua tai brändiä. Arviointiasteikolla numero 1 tarkoittaa erittäin epätodennäköistä suositteluhalukkuutta ja numero 10 erittäin todennäköistä suositteluhalukkuutta. Arvosteli-

joina pidetään vastaajia, jotka antavat numeron väliltä 1–6. Vastausvaihtoehdon 7 tai 8 valitsevat vastaajat ovat neutraaleja ja numerot 9 tai 10 valitsevat vastaajat suosittelijoita (kuva 5). Net Promoter Score lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosentuaalinen osuus suosittelijoiden osuudesta. Tulos voi vaihdella -100:n ja +100:n välillä. Positiivista NPS-lukua pidetään yleisesti hyvänä. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 58.)



Kuva 5. Net Promoter Score -kysymysmalli (Löytänä & Korkiakoski 2014, 58)

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

### 5.1 Tutkimuksen kulku ja rajaus

Tämän tutkimusprosessin päävaiheina voidaan pitää tutkimusaiheeseen perehtymistä, kyselylomakkeiden suunnittelua, aineiston keruuta, tulosten analysointia ja raportointia. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena, ja tieteellisen kyselyn toteuttaminen vaati huolellista suunnittelua. Kyselylomakkeiden suunnittelussa käytettiin apuna jo tiedostettuja Omakukon ongelmakohtia ja kehitysideoita. Näitä asioita selvitettiin asiakaspalautteita ja aikaisempia kyselyitä läpikäymällä (Asiakaskokemustutkimus loppuraportti Jäte-kukko 2017; Palautejärjestelmä 2019.) Näiden lisäksi tietoa saatiin testaamalla Omakukkoa eri käyttäjäryhmien näkökulmasta. Omakukko-verkkopalveluun luotiin kuvitteelliset käyttäjätunnukset, joiden avulla kunkin asiakasryhmän palvelupolkua testattiin. Testaaminen auttoi kullekin asiakasryhmälle merkityksellisen tiedon ja tarpeiden ymmärtämisessä. Omakukko-verkkopalvelun testaaminen ja aikaisempien havaintojen läpikäyminen auttoivat monisyisen kyselylomakkeen suunnittelussa.

Kyselytutkimuksella selvitettiin kolmen eri asiakasryhmän käyttäjäkokemuksia ja kehitystoiveita Omakukko-verkkopalvelusta. Kyselyt suunniteltiin niin, että saadut tulokset vastaisivat tutkimuskysymyksiin mahdollisimman kattavasti. Koska isännöitsijät eroavat käyttäjäryhmänään omakotitalo- ja taloyhtiön asukkaista, kysely toteutettiin isännöitsijöille erillisellä kyselyllä. Isännöitsijäasiakkailla sähköinen kysely lähetettiin sähköpostitse. Jätekuoron toimialueen asukkailla tarkoitettu kysely toteutettiin sähköisenä verkkokyselynä, johon linkki löytyi Jätekuoron kotisivuilta. Tästä kyselystä voidaan erotella omakotitalo- ja taloyhtiön asukkaat. Kyselyjen toteutuksessa huomioitiin toimeksiantajan toiveet ja kyselyt sisälsivät myös tämän tutkimuksen ulkopuolelle jääneitä Jätekuoron toimintaan liittyviä kysymyksiä. Kyselyt testattiin huolellisesti ennen aineiston keräämistä.

Kyselylomakkeet toteutettiin Webropol-kyselytyökalulla. Kumpikin kysely noudatti samaa kaavaa Omakukkoon liittyvien kysymysten osalta. Kyselyt muotoutuivat vastaajan vastauksien perusteella. Osa kyselylomakkeen kysymyksistä oli vastaajalle vapaaehtoisia, millä pyrittiin vähentämään kyselyn kesken jättävien vastaajien määrää. Kysymystyypit vaihtelivat monivalintakysymyksistä kysymyksiin, joihin vastaaja pystyi valitsemaan vain yhden vastausvaihtoehdon. Nämä kysymystyypit käyvät ilmi tämän opinnäytetyön tuloksia havainnollistavista taulukoista sekä niissä ilmoitetuista vastaajamääristä ja annettujen vastausten määristä. Kyselyissä käytettiin pääasiassa strukturoituja kysymyksiä eli valmiit vastausvaihtoehdot sisältäviä kysymyksiä. Vastaajien omien ajatusten esille tuominen mahdollistettiin tarkentavilla avoimilla kysymyksillä.

Tämä opinnäytetyö on rajattu kahdesta laajemmasta kyselystä Omakukkoa käsitteleväksi kokonaisuudeksi. Tässä opinnäytetyössä huomioidaan Omakukkoon liittyvät strukturoidut kysymykset ja ne kysymykset, joita voidaan vertailla eri asiakasryhmien välillä. Tämän opinnäytetyön kannalta merkityksellisiä avoimien kysymysten vastauksia esitellään tutkimustuloksissa. Näiden tutkimuksessa käsiteltävien tulosten lisäksi toimeksiantaja saa arvokasta tietoa kyselyiden tulosraporteilta, jotka löytyvät työn liitteistä (liite 1; liite 2). Tulosraporteilta on rajattu pois tämän tutkimuksen ulkopuolelle jääneet tutkimustulokset. Tulosraporteilta pois rajatut avoimien kysymysten vastaukset ovat vain toimeksiantajan käytössä.

## 5.2 Tutkimuksen tulokset

Vastauksia tutkimuskysymyksiin haettiin selvittämällä Omakukon tunnettuutta, käyttökokemuksia, palvelun toiminnallisuutta ja kehityskohteita. Jäteukon toimialueen asukkaille tarkoitettu kysely löytyi Jäteukon kotisivuilta 18.3.–10.4.2019 välisen ajan. Vastaajia tavoitettiin asukaskyselyllä 1582 kappaletta, joista omakotitaloasukkaita oli 475 kappaletta ja taloyhtiön asukkaita 1038 kappaletta (taulukko 1). Asumismuodokseen vastaaja pystyi edellä mainittujen lisäksi valitsemaan "Jokin muu" -vastausvaihtoehdon, mutta tämä vastausvaihtoehto jätetään opinnäytetyössä huomiotta, koska se ei kuulu tutkittaviin asiakasryhmiin. Taulukosta 1 käy ilmi myös asukaskyselyyn vastanneiden omakotitalo- ja taloyhtiön asukkaiden ikäjakauma. Kyselyyn vastanneista valtaosa oli yli 40-vuotiaita.

Taulukko 1. Asukaskyselyyn vastanneiden määrä ja ikäjakauma

	OMAKOTITALO		TALOYHTIÖ		JOKIN MUU		
	n	%	n	%	n	%	yhteensä
alle 25	10	2,1 %	53	5,1 %	6	8,7 %	69
25-40	106	22,3 %	207	19,9 %	25	36,2 %	338
41-60	202	42,5 %	344	33,1 %	16	23,2 %	562
yli 60	157	33,1 %	434	41,8 %	22	31,9 %	613
<b>Yhteensä</b>	<b>475</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1038</b>	<b>100,0 %</b>	<b>69</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1582</b>

Isännöitsijäkysely lähetettiin uutiskirjeen muodossa sähköpostitse 259 vastaanottajalle. Vastaanottajat olivat Jäteukon postituslistalta löytyviä isännöitsijäasiakkaita. Isännöitsijöiden uutiskirjeissä viestitään Jäteukon ajankohtaisista asioista. Kyselyn vastausaika oli 7.6.–26.6.2019 välisen ajan ja vastauksia saatiin 20 kappaletta. Isännöitsijäkyselyn vastausprosentti oli näin ollen 7,7 prosenttia.

### 5.2.1 Omakukon tunnettuus ja käyttö

Tutkimuksen lähtökohta oli selvittää, ovatko asiakkaat tietoisia Jäteukon sähköisestä asiointikanavasta eli Omakukko-verkkopalvelusta. Taulukosta 2 käy ilmi Jäteukon tarjoamien palveluiden tunnettuus. Vastaajaa pyydettiin valitsemaan hänelle entuudestaan tuttuja palveluja. Kysymykseen vastanneista omakotitaloasukkaista 211 (45,4 %) vastaajaa kertoi Omakukon olevan entuudestaan tuttu palvelu. Taloyhtiön asukkaista 257 (25,4 %) ja isännöitsijöistä 15

(75,0 %) vastasi samoin. Tulosten perusteella Omakukko on Jätekukon tarjoamista palveluista tunnetuin omakotitalo- ja taloyhtiön asukkaiden keskuudessa. Isännöitsijöille tunnetuin palvelu on jätekatokseen saatavat lajittelutaulut, jotka ovat ainoastaan isännöitsijäasiakkaille tarjottava palvelu. Tuloksista voidaan huomata, että vastausvaihtoehdon ”Ei mikään näistä” tulokset ovat korkeat omakotitalo- ja taloyhtiön asukkaiden keskuudessa. Tämän vastausvaihtoehdon valitsi 191 (41,1 %) omakotitaloasukasta ja 543 (53,7 %) taloyhtiön asukasta.

Taulukko 2. Jätekukon tarjoamien palvelujen tunnettuus

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ		TALOYHTIÖ	
	vastaajat 465 kpl		vastaajat 20 kpl		vastaajat 1011 kpl	
	n	%	n	%	n	%
Omakukko (Sähköinen asiointipalvelu)	211	45,4 %	15	75,0 %	257	25,4 %
Noutokukko (Isojen jäte-esineiden noutopalvelu suoraan kotoa)	86	18,5 %	8	40,0 %	221	21,9 %
Lavakukko (Vuokrattava lava isojen jätemäärien kuljetukseen)	63	13,6 %	8	40,0 %	170	16,8 %
Kärrykukko (Vuokrattava peräkärry jätteiden kuljetukseen)	26	5,6 %	4	20,0 %	54	5,3 %
Pihakukko (Multaa ja kuorikatetta biojätteen käsittelyyn ja pihan viimeistelyyn, kompostorien myynti)	41	8,8 %	3	15,0 %	58	5,7 %
Jäteastioiden maksulliset tehopesut	51	11,0 %	12	60,0 %	107	10,6 %
Jätekatokseen saatavat lajittelutaulut	—	—	17	85,0 %	—	—
Ei mikään näistä	191	41,1 %	0	0,0 %	543	53,7 %
	669		67		1410	

Tutkimuksen tarkoitus oli tavoittaa Omakukkoa käyttäneet asiakkaat ja selvittää heidän käyttökokemuksiaan. Lisäksi tutkimuksella oli tärkeää selvittää syitä sille, miksi asiakas ei ole käyttänyt Omakukko-verkkopalvelua. Omakukon käyttöä selvitettiin omakotitaloasukkailta ja isännöitsijöiltä, koska heillä on ollut mahdollisuus verkkopalvelun käyttöön. Omakotitaloasukkaista 180 (38,0 %) ja isännöitsijöistä 11 (55,0 %) kertoi käyttäneensä Omakukkoa (taulukko 3).

Taulukko 3. Oletko käyttänyt Omakukko-verkkopalvelua?

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 474 kpl		vastaajat 20 kpl	
	n	%	n	%
Kyllä	180	38,0 %	11	55,0 %
En	294	62,0 %	9	45,0 %
	474	100,0 %	20	100,0 %

Vastaajilta, jotka eivät olleet käyttäneet Omakukkoa, kysyttiin syytä käyttämättömyydelle. Kysymykseen vastasi 293 omakotitaloasukasta ja 9 isännöitsijä-asiakasta. Taulukosta 4 käy ilmi, että ”En tiennyt Omakukko-verkkopalvelun olemassaolosta” -vastausvaihtoehto oli yleisin valinta omakotitaloasukkaiden keskuudessa. Tämän vastausvaihtoehdon valitsi 135 (46,1 %) omakotitaloasukasta. Kyseisen vastausvaihtoehdon valitsi myös 3 (33,3 %) isännöitsijää. Isännöitsijöiden yleisin syy Omakukko-verkkopalvelun käyttämättömyydelle oli käyttäjätunnusten puute, jonka kertoi syyksi 5 (55,6 %) vastaajaa. Myös 92 (31,4 %) omakotitaloasukasta kertoi tämän olevan syy sille, ettei ole käyttänyt Omakukkoa.

Vastausvaihtoehdon ”Muu syy, mikä?” valitsi 49 (16,7 %) omakotitaloasukasta ja 3 (33,3 %) isännöitsijää (taulukko 4). Avoimissa vastauksissa korostui erityisesti Omakukon tarpeettomuus vastaajalle. Lisäksi vastauksissa kerrottiin, ettei vastaaja hoida jätehuoltoon liittyviä asioita itse, tai asiointi hoidetaan enemminkin puhelimitse.

Taulukko 4. Syyt Omakukko-verkkopalvelun käyttämättömyydelle

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 293 kpl		vastaajat 9 kpl	
	n	%	n	%
Minulla ei ole tunnuksia	92	31,4 %	5	55,6 %
Tunnukseni ei toimi	5	1,7 %	0	0,0 %
En halua käyttää kyseistä palvelua	3	1,0 %	0	0,0 %
En halua käyttää mitään verkkopalveluja	3	1,0 %	0	0,0 %
En tiennyt Omakukko-verkkopalvelun olemassaolosta	135	46,1 %	3	33,3 %
En koe hyötyväni palvelusta	32	10,9 %	0	0,0 %
Muu syy, mikä?	49	16,7 %	3	33,3 %
	319		11	

Omakukko-verkkopalvelun kehittämisen kannalta tutkimuksella oli merkityksellistä selvittää minkä ikäisiä käyttäjiä palvelulla on. Omakotitaloasukkaiden ikäjakaumaa tarkastelemalla saatiin selville tähän kyselyyn vastanneiden Omakukkoa käyttäneiden ikäjakauma. Tämän perusteella valtaosa Omakukon käyttäjistä on yli 40-vuotiaita (taulukko 5). Omakukkoa käyttäneistä omakotitaloasukkaista 74 (41,1 %) kertoi olevansa yli 60-vuotias. Tämän lisäksi 68 (37,8 %) vastaajaa kertoi kuuluvansa ikähaarukkaan 41–60 vuotta.

Taulukko 5. Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden ikäjakauma

	OMAKOTITALO	
	vastaajat 180 kpl	
	n	%
alle 25	2	1,1 %
25-40	36	20,0 %
41-60	68	37,8 %
yli 60	74	41,1 %
	180	100,0 %

Omakukon tunnettuuden ja käyttäjämäärien lisäksi tutkimuksella haluttiin selvittää, mistä Omakukkoa käyttäneet asiakkaat ovat saaneet tiedon Omakukko-verkkopalvelusta. Taulukosta 6 nähdään, että valtaosa kyselytutkimukseen vastanneista oli saanut tiedon Omakukosta Jätekukon kotisivuilta. Näin vastasi 121 (67,2 %) omakotitaloasukasta ja 7 (63,6 %) isännöitsijää. Seuraavaksi yleisin tietolähde kummankin asiakasryhmän keskuudessa oli laskulla ollut mainos, jonka vastausvaihtoehtokseen valitsi 53 (29,4 %) omakotitaloasukasta ja 6 (54,5 %) isännöitsijää.

Vastausvaihtoehdon ”Muualta, mistä?” valinneet omakotitaloasukkaat kertoivat kuulleensa Omakukosta töiden kautta, Googlestä, Jätekukon tiedotteesta tai asiakaskirjeestä (taulukko 6).

Taulukko 6. Tieto Omakukko-verkkopalvelun olemassaolosta on peräisin

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 180 kpl		vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Jätekukon kotisivulta	121	67,2 %	7	63,6 %
Jätekukon asiakaspalvelijalta	18	10,0 %	5	45,5 %
Jätekukon Chat-palvelusta	2	1,1 %	0	0,0 %
Laskulla olleesta mainoksesta	53	29,4 %	6	54,5 %
Sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook, Instagram)	5	2,8 %	0	0,0 %
Lehdestä	19	10,6 %	0	0,0 %
Kaverilta	4	2,2 %	0	0,0 %
Muualta, mistä?	5	2,8 %	0	0,0 %
	227		18	

Omakukko-verkkopalvelun käytön yleisyyttä selvitettiin kysymällä, kuinka usein palvelua käytetään. Omakukkoa käyttäneistä omakotitaloasukkaista 118 (65,6 %) kertoi käyttävänsä palvelua ”Tarvittaessa”. Vastaajista 43 (23,9 %) kertoi käyttävänsä Omakukkoa kuukausittain. Isännöitsijöiden vastausvalinnat

jakautuivat tasaisemmin. Isännöitsijöistä 5 (45,5 %) kertoi käyttävänsä Omakukkoa kuukausittain ja 3 (27,3 %) viikoittain. (Taulukko 7.)

Taulukko 7. Kuinka usein käytät Omakukkoa?

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 180 kpl		vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Lähes päivittäin	1	0,6 %	0	0,0 %
Viikoittain	0	0,0 %	3	27,3 %
Kuukausittain	43	23,9 %	5	45,5 %
Noin kerran vuodessa	18	10,0 %	1	9,1 %
Tarvittaessa	118	65,6 %	2	18,2 %
	180	100,0 %	11	100,0 %

Omakukko-verkkopalvelu on responsiivisesti toteutettu, eli palvelun käyttäminen onnistuu eri päätelaitteilla. Taulukosta 8 nähdään, että Omakukko-verkkopalvelua käyttäneet asiakkaat käyttävät Omakukkoa mieluiten tietokoneella. Omakotitaloasukkaista 124 (68,9 %) ja isännöitsijöistä kaikki 11 (100,0 %) vastaajaa kertoivat tietokoneen olevan mieluisin päätelaite käyttää palvelua. Päätelaitteista toiseksi mieluisin on puhelin, jonka vastausvaihtoehtokseen valitsi 59 (32,8 %) omakotitaloasukasta ja 3 (27,3 %) isännöitsijää.

Taulukko 8. Millä päätelaitteella käytät mieluiten Omakukkoa?

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 180 kpl		vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Tietokone	124	68,9 %	11	100,0 %
Tabletti	46	25,6 %	1	9,1 %
Puhelin	59	32,8 %	3	27,3 %
	229		15	

### 5.2.2 Omakukon käyttökohteet

Omakukon kehitysprojektin perusta on selvittää ja ymmärtää, mihin kysymyksiin asiakkaat Omakukosta hakevat vastausta ja mitä kaikkea asiakkaat palvelussa tekevät. Tutkimuksessa Omakukon käyttökohteita selvitettiin laajasti kysymällä, mitä kaikkea asiakkaat ovat palvelussa tehneet. Vastausvaihtoehto ”Tarkastanut jäteastian seuraavan tyhjennysajankohdan” oli yleisin valinta kummankin asiakasryhmän keskuudessa (taulukko 9). Tyhjennysajankohtaa kertoi tarkastelleensa 111 (61,7 %) omakotitaloasukasta ja 8 (72,7 %) isän-



nöitsijää. Tämän jälkeen vastauksissa oli enemmän eroavaisuuksia asiakasryhmittäin. Omakotitaloasukkaista 59 (32,8 %) kertoi tehneensä Omakukossa kompostointi-ilmoituksen. Kompostointi-ilmoitus tulee tehdä, mikäli kiinteistöllä kompostoidaan elintarvikejätettä. Isännöitsijäasiakkaiden seuraavaksi yleisimmät Omakukon käyttökohteet liittyivät ylimääräisen jäteastian tyhjennystilauksen tekemiseen (54,5 %) sekä tyhjennysvälin, astiakoon tai astiamäärän muutokseen (45,5 %). Isännöitsijäasiakkaista 45,5 prosenttia kertoi ottaneensa yhteyttä asiakaspalveluun.

Taulukko 9. Mitä näistä olet tehnyt Omakukossa?

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 180 kpl		vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Liittynyt jätehuoltoon	37	20,6 %	0	0,0 %
Tehnyt kompostointi-ilmoituksen	59	32,8 %	–	–
Tarkastanut jäteastian seuraavan tyhjennyksen	111	61,7 %	8	72,7 %
Tilannut jäteastian ylimääräisen tyhjennyksen	19	10,6 %	6	54,5 %
Antanut palautetta	21	11,7 %	1	9,1 %
Ottanut yhteyttä asiakaspalveluun	49	27,2 %	5	45,5 %
Tarkastanut aluekeräyspisteen sijainnin tai vaihtanut aluekeräyspistettä	10	5,6 %	–	–
Muuttanut tyhjennysväliä, astiakokoa tai -määrää	49	27,2 %	5	45,5 %
Tehnyt muutoksia kiinteistön jätehuollon järjestämiseen	6	3,3 %	1	9,1 %
Muuttanut laskutustietoja	5	2,8 %	1	9,1 %
Tarkastanut jätekimpan tietoja	16	8,9 %	0	0,0 %
Tilannut uuden palvelun	4	2,2 %	2	18,2 %
Muuta, mitä?	7	3,9 %	1	9,1 %
	393		30	

Lisäksi kyselytutkimuksella selvitettiin, mitä asioita asiakkaat tarkastelivat edellisellä kirjautumisellaan Omakukkoon. Kummankin asiakasryhmän syyt edelliselle kirjautumiselle olivat hyvin toistensa kaltaiset (taulukko 10). Jäteastian seuraavan tyhjennysajankohdan halusi selvittää 101 (56,1 %) omakotitaloasukasta ja 8 (72,7 %) isännöitsijää. Omakotitaloasukkaista 72 (40,0 %) kertoi tarkastelleensa kiinteistön jätehuollon muutoksia. Tämän vastausvaihtoehdon valitsi myös 7 (63,6 %) isännöitsijää. Näiden vastausvaihtoehtojen lisäksi 35 (19,4 %) omakotitaloasukasta tarkasteli edellisellä kirjautumisellaan laskutustietojaan.

Vastausvaihtoehdon ”Muu syy, mikä?” valinneet omakotitaloasukkaat kertoivat kirjautuneensa edellisen kerran Omakukkoon tutustuakseen palveluun, tarkastellakseen hinnastoja, tilataksaan biopusseja ja selvittääkseen lajitteluun liittyviä kysymyksiä (taulukko 10).

Taulukko 10. Mitä asioita tarkastelit edellisellä kirjautumisella Omakukkoon?

	OMAKOTITALO vastaajat 180 kpl		ISÄNNÖITSIJÄ vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Laskutustiedot	35	19,4 %	1	9,1 %
Muutos kiinteistön jätehuoltoon (tyhjennysrytmin, astiakoon muutos, tms.)	72	40,0 %	7	63,6 %
Jäteastian seuraava tyhjennysajankohta	101	56,1 %	8	72,7 %
Jätteiden kuljetusongelmat / tyhjennysreklamaatio	4	2,2 %	0	0,0 %
Tarvitsin neuvoa jätehuollon järjestämiseen	3	1,7 %	1	9,1 %
Tarvitsin neuvoa jätteiden lajittelussa	10	5,6 %	0	0,0 %
Lisäpalvelutilaukset	7	3,9 %	1	9,1 %
Osoitteenmuutos	8	4,4 %	2	18,2 %
Muu syy, mikä?	13	7,2 %	0	0,0 %
	253		20	

Omakukko-verkkopalvelun on tarkoitus tarjota asiakkaille helppoa asiointia. Asioinnin onnistumisesta kertoo paljon se, saako asiakas hoidettua asiansa verkkopalvelussa. Omakukosta vastauksen etsimäänsä kertoi löytäneensä 172 (95,6 %) omakotitaloasukasta. Isännöitsijöiden kohdalla tulos oli vielä tavoitellumpi, sillä kaikki 11 (100,0 %) Omakukkoa käyttänyttä vastaajaa kertoi löytäneensä Omakukosta etsimänsä. (Taulukko 11.)

Taulukko 11. Löysitkö Omakukosta vastauksen etsimääsi?

	OMAKOTITALO vastaajat 180 kpl		ISÄNNÖITSIJÄ vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Kyllä	172	95,6 %	11	100,0 %
En	8	4,4 %	0	0,0 %
	180	100,0 %	11	100,0 %

Kyselylomakkeella kysyttiin heiltä kahdeksalta omakotitaloasukkaalta, jotka eivät löytäneet Omakukosta vastausta etsimäänsä, mitä he olivat palvelusta etsineet. Vastaajat kertoivat etsineensä laskutustietoja ja laskujen historiatietoja. Lisäksi he kertoivat etsineensä Omakukosta tietoa jätehuoltoon ja jäteastiaan liittyviin kysymyksiin.

### 5.2.3 Omakukon toiminnallisuus

Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden näkemyksiä verkkopalvelun toiminnallisuudesta selvitettiin kuudella väittämällä, joiden tarkoitus oli mitata asiakkaiden asennetta kyseiseen kohteeseen. Väittämät olivat seuraavat:

- Löysin Omakukko-verkkopalvelun helposti.
- Kirjautuminen palveluun onnistui hyvin.
- Palvelun käyttö oli vaivatonta.
- Löysin etsimäni.
- Sain asiani hoidettua.
- Omakukon visuaalinen ilme oli selkeä.

Vastausvaihtoehdot olivat välillä 1–5, jossa vastausvaihtoehto 1 sai merkityksen täysin eri mieltä ja vastausvaihtoehto 5 täysin samaa mieltä. Taulukosta 12 nähdään, että saadut tulokset ovat hyvin tasaisia. Omakukkoa käyttäneiden omakotitaloasukkaiden ja isännöitsijöiden vastausten keskiarvoja tarkastellessa, esiin ei nouse suuria vaihteluja väittämien kesken. Vastaajien asenteet väitteisiin Omakukon toiminnallisuudesta ovat pääosin myönteiset. Isännöitsijöiden heikoimmat vastausten keskiarvot kohdistuvat vaivattomaan palvelun käyttöön (ka. 4,00) ja Omakukon visuaaliseen ilmeeseen (ka. 3,91). Omakotitaloasukkaiden vastausten heikoin keskiarvo kohdistuu myös visuaaliseen ilmeeseen (ka. 4,02).

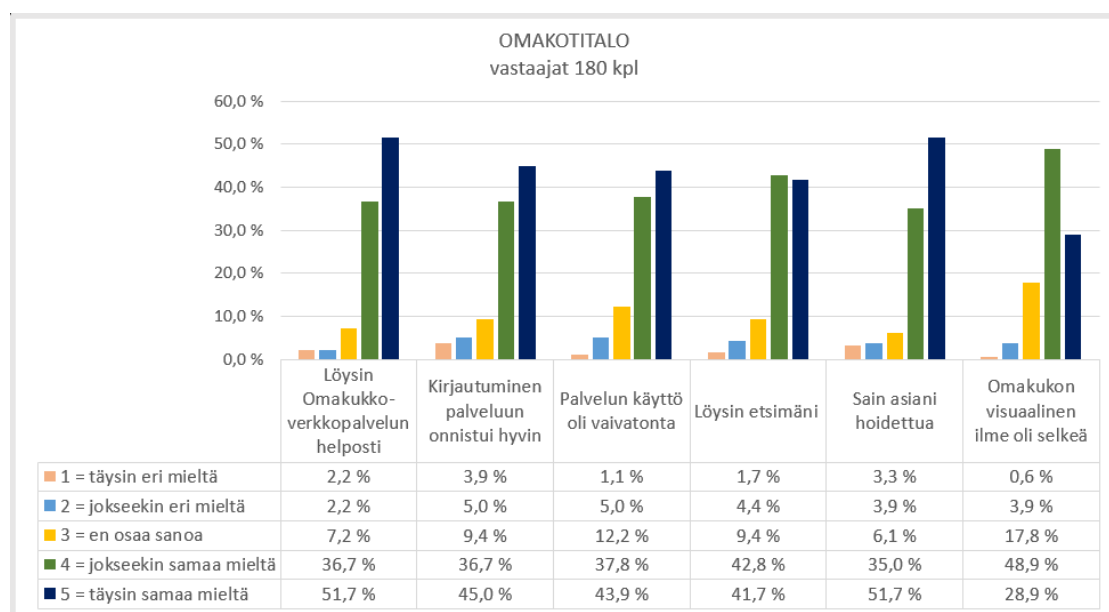
Taulukko 12. Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1–5.

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä).

	OMAKOTITALO vastaajat 180 kpl	ISÄNNÖITSIJÄ vastaajat 11 kpl
	keskiarvo	keskiarvo
Löysin Omakukko-verkkopalvelun helposti	4,33	4,36
Kirjautuminen palveluun onnistui hyvin	4,14	4,09
Palvelun käyttö oli vaivatonta	4,18	4,00
Löysin etsimäni	4,18	4,27
Sain asiani hoidettua	4,28	4,45
Omakukon visuaalinen ilme oli selkeä	4,02	3,91

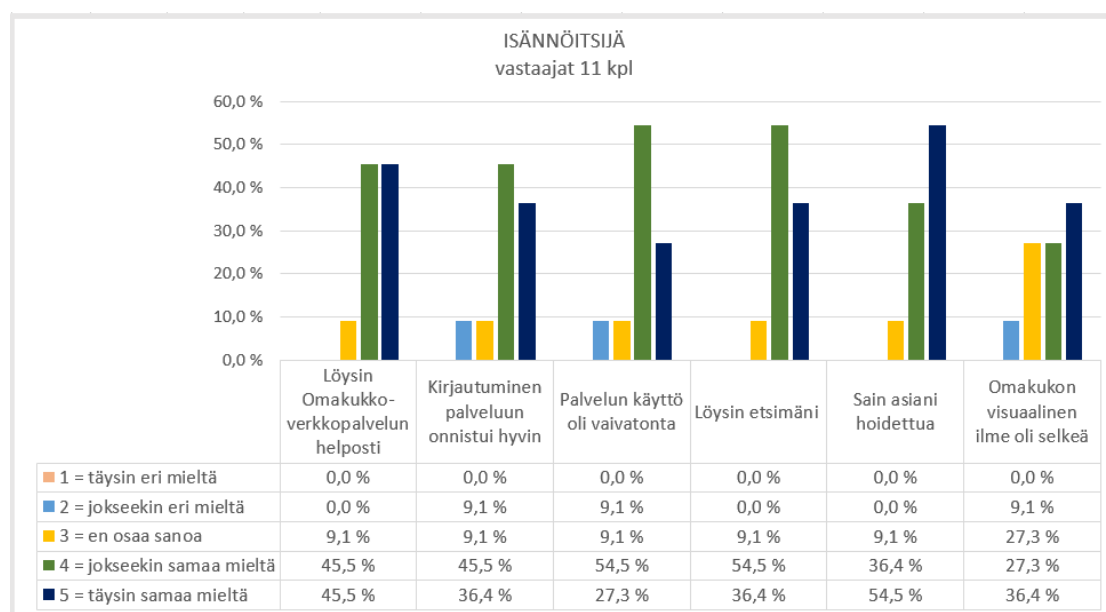
Selvitettäessä tarkemmin, kuinka vastausmäärät jakautuivat Omakukon toiminnallisuutta mittaavien väittämien kesken, tulee tuloksia tarkastella vastausprosentteittain. Taulukosta 13 selviää omakotitaloasukkaiden vastausprosenttien osuudet kunkin väittämän osalta. Myös vastausprosentteja tarkastellessa huomataan, että asiakkaat pitävät Omakukon toiminnallisuutta pääosin hyvänä. Kuten taulukosta 12 huomattiin, omakotitaloasukkaiden keskuudessa heikoimman vastausten keskiarvon sai Omakukon visuaalinen ilme. Tämä on havaittavissa myös taulukosta 13, josta selviää tarkemmin omakotitaloasukkaiden vastausten jakautuminen arviointiasteikolla. Täysin samaa mieltä siitä, että Omakukon visuaalinen ilme oli selkeä, oli 28,9 prosenttia omakotitaloasukkaista. Tämä tulos on heikompi muihin väittämiin verrattuna.

Taulukko 13. Omakotitaloasukkaiden väittämien tulokset prosenttiosuuksin tarkasteltuna



Samaa vastausten jakautumista voidaan tarkastella isännöitsijöiden osalta. Kuten taulukosta 12 huomattiin, isännöitsijöiden heikoimmat vastausten keskiarvot kohdistuivat Omakukko-verkkopalvelun käytön vaivattomuuteen ja visuaaliseen ilmeeseen. Nämä tulokset käyvät ilmi myös taulukosta 14, josta selviää isännöitsijöiden vastausten jakautuminen arviointiasteikolla. Täysin samaa mieltä siitä, että palvelun käyttö oli vaivatonta, oli 27,3 prosenttia vastaajista. Tulos on matalin verrattuna muihin väittämiin. Täysin samaa mieltä siitä, että Omakukon visuaalinen ilme oli selkeä, oli 36,4 prosenttia isännöitsijöistä. Tämän väittämän tulokset jakautuivat tasaisesti arviointiasteikolla.

Taulukko 14. Isännöitsijöiden väittämien tulokset prosenttiosuuksin tarkasteltuna



Tarkastellessa isännöitsijöiden ja omakotitaloasukkaiden vastausten prosentuaalista jakautumista arviointiasteikoilla huomataan, että valtaosa vastaajista oli väittämiin ”jokseenkin samaa mieltä” tai ”täysin samaa mieltä”. Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden asenteet Omakukon toiminnallisuutta mittaaviin väittämiin ovat pääasiassa erittäin hyvät. (Taulukko 13; Taulukko 14.)

#### 5.2.4 Omakukon kehityskohteet ja tulevaisuuden toiveet

Kaikilta tutkimuksessa mukana olleilta asiakasryhmiltä selvitettiin toiveita Omakukon ominaisuuksista tulevaisuudessa. Kysymyksen yhteydessä taloyhtiön asukkaille kerrottiin, että heille on tulossa tulevaisuudessa mahdollisuus käyttää Omakukko-verkkopalvelua. Kysymys kysyttiin myös heiltä asiakasryhmien vastaajilta, jotka olivat aikaisemmin vastanneet, etteivät ole käyttäneet

Omakukko-verkkopalvelua. Toisin sanoen kysymys kysyttiin kaikilta kyselytutkimuksiin vastanneilta, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon, ja todellinen asiakkaiden tarve nousisi tuloksista esiin. Vastausvaihtoehdot koostuivat Jätekukolla ennakoon laadituista kehitysideoista, joiden kiinnostavuuteen ja asiakastarpeeseen kysymyksellä haettiin vastausta. Omia toiveita ja ehdotuksia vastaaja pystyi kertomaan ”Jotakin muuta, mitä?” -vastausvaihtoehtoon vastaamalla.

Tulevaisuuden kehitysideat saivat runsaasti kiinnostusta vastanneiden keskuudessa, mikä selviää taulukosta 15. Mahdollisuus tarkastella avoimia laskuja ja laskutushistoriaa kiinnosti 192 (40,4 %) omakotitaloasukasta ja 7 (35,0 %) isännöitsijää. Omakotitaloasukkaita kiinnosti erityisesti myös jäteastian historiatiedot, jonka vastausvaihtoehdoista valitsi 169 (35,6 %) vastaajaa. Isännöitsijöiden keskuudessa suurimman kannatuksen Omakukon mahdollisista tulevaisuuden ominaisuuksista sai jäteastian tyhjennyshistorian tarkastaminen. Tämän vastausvaihtoehdon valitsi 12 (60,0 %) isännöitsijää. Lisäksi isännöitsijöitä kiinnosti mahdollisuus tarkastella ajankohtaista tietoa jätehuollon muutoksista, jonka vastaukseen valitsi 11 (55,0 %) isännöitsijää. Taloyhtiön asukailta eniten kiinnostusta sai biopussien tilaaminen. Tämän vastausvaihtoehdon valitsi 686 (66,1 %) taloyhtiön asukasta. Lisäksi taloyhtiön asukkaita kiinnosti erityisesti lähimmän jätteen kierrätyspisteen tarkastaminen, jonka vastaukseksi valitsi 389 (37,5 %) vastaajaa. Lähimmän kierrätyspisteen tarkastaminen kiinnosti suuresti myös muita asiakasryhmiä, sillä vastauksen valitsi 176 (37,0 %) omakotitaloasukasta ja 6 (30,0 %) isännöitsijää. Tulevaisuudessa asiakkaat toivoisivat Omakukkoon myös mahdollisuutta seurata jätehuollon kustannuksia ja tarkastella jätehuollon vaikutuksia hiilijalanjälkeen.

”Jotakin muuta, mitä?” -vastausvaihtoehdon valitsi 12 omakotitaloasukasta ja 13 taloyhtiön asukasta (taulukko 15). Uusia kehitysideoita olivat muun muassa tilastot siitä, mihin kerätyt jätteet päätyvät sekä tilastot oman alueen kierrätysprosentista ja valtakunnallisista kierrätysprosentista. Lisäksi lajitteluvinkit kiinnostivat vastaajia.

Taulukko 15. Mitä sellaista haluaisit Omakukossa tehdä, mikä ei vielä ole mahdollista?

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ		TALOYHTIÖ	
	vastaajat 475 kpl		vastaajat 20 kpl		vastaajat 1038 kpl	
	n	%	n	%	n	%
Tarkastella avoimia laskuja ja laskuhistoriaa	192	40,4 %	7	35,0 %	96	9,3 %
Tarkastella jäteastian tyhjennyshistoriaa	169	35,6 %	12	60,0 %	148	14,3 %
Tilata ja maksaa ennakkoon jätehuollon palveluja, kuten Lavakukko, Noutokukko tai Pihakukko	89	18,7 %	5	25,0 %	123	11,9 %
Tilata biopusseja	108	22,7 %	10	50,0 %	686	66,1 %
Tarkastaa jäteastian sijainnin, sekä jäteastian tyhjennyspaikan	45	9,5 %	2	10,0 %	99	9,5 %
Tarkastaa jäteauton ajoreitin reaaliaikaisena	103	21,7 %	5	25,0 %	73	7,0 %
Tarkastaa lähimmän jätteen kierrätyspisteen (ekopisteen, lajitteluaseman, tai vaarallisen jätteen vastaanottopisteen)	176	37,0 %	6	30,0 %	389	37,5 %
Tarkastaa oman asiointihistorian	86	18,1 %	2	10,0 %	54	5,2 %
Tarkastella ajankohtaista tietoa jätehuollon muutoksista	123	25,9 %	11	55,0 %	275	26,5 %
Seurata jätehuollon kustannuksia	154	32,4 %	9	45,0 %	215	20,7 %
Seurata oman/taloyhtiön jätehuollon vaikutuksia hiilijalanjälkeen	129	27,2 %	5	25,0 %	262	25,2 %
Seurata Jätekukon uutisointia ja kampanjoita	94	19,8 %	3	15,0 %	239	23,0 %
Jotakin muuta, mitä?	12	2,5 %	0	0,0 %	13	1,3 %
En mitään näistä	51	10,7 %	1	5,0 %	99	9,5 %
	1531		78		2771	

Omakukon kehittämisen ja asiakaslähtöisen palvelutarjonnan kannalta tutkimuksella oli oleellista selvittää, kuinka asiakkaat haluavat jatkossa olla yhteydessä Jätekukon asiakaspalveluun. Mieluisinta yhteydenottokanavaa selvitettiin kaikilta kyselyyn vastanneilta. Taulukosta 16 nähdään, että kaikkien asiakasryhmien ja kaikkien vastanneiden kesken asiointia sähköisen asiointipalvelun kautta toivottiin eniten. Omakukon kautta asiakaspalvelun kanssa asioisi 313 (65,9 %) omakotitaloasukasta, 15 (75,0 %) isännöitsijää ja 649 (62,5 %) taloyhtiön asukasta.

Vastausvaihtoehdon ”Jotenkin muuten, miten?” valinneet vastaajat toivoivat pääasiassa henkilökohtaista asiointia palvelupisteellä ja asiointia kirjepostilla (taulukko 16). Lisäksi avoimissa vastauksissa ehdotettiin mobiilisovelluksen ja tekoälyä hyödyntävän chatbotin käyttöönottoa ja hyödyntämistä asiakaspalvelussa.

Taulukko 16. Miten haluaisit jatkossa asioida asiakaspalvelun kanssa?

	OMAKOTITALO vastaajat 475 kpl		ISÄNNÖITSIJÄ vastaajat 20 kpl		TALOYHTIÖ vastaajat 1038 kpl	
	n	%	n	%	n	%
Puhelimitse	163	34,3 %	9	45,0 %	296	28,5 %
Sähköisen asiointipalvelun (Omakukko) kautta	313	65,9 %	15	75,0 %	649	62,5 %
Sähköpostitse	196	41,3 %	14	70,0 %	509	49,0 %
Chat-palvelun kautta	120	25,3 %	3	15,0 %	236	22,7 %
Jotenkin muuten, miten?	9	1,9 %	0	0,0 %	18	1,7 %
	801		41		1708	

Tuloksien vertaileminen Omakukkoa käyttäneiden ja Omakukkoa käyttämättömien asiakkaiden kesken mahdollistaa syvemmän tulosten analysoinnin.

Omakukko-verkkopalvelua käyttämättömistä asiakkaista käytetään tässä opinnäytetyössä termiä ”Omakukkoa ei-käyttäneet asiakkaat”, joka helpottaa analyysissä heidän erottamisestaan Omakukkoa käyttäneistä asiakkaista.

Heistä omakotitaloasukkaista, jotka kertoivat käyttäneensä Omakukkoa, 135 (75,0 %) haluaisi käyttää Omakukkoa myös tulevaisuudessa Jätekon asiakaspalvelun kanssa asioimiseen. Omakotitaloasukkaiden keskuudessa seuraavaksi eniten asioitaisiin sähköpostitse (38,9 %) ja puhelimitse (37,8 %). Omakukkoa käyttäneistä isännöitsijöistä kaikki 11 (100,0 %) vastaajaa haluaisi asioida Omakukon kautta jatkossakin. Lisäksi isännöitsijät haluaisivat asioida asiakaspalvelun kanssa sähköpostitse (72,7 %) ja puhelimitse (36,4 %). Chat-palvelun kautta asiointi sai vähiten kiinnostusta molempien asiakasryhmien keskuudessa. (Taulukko 17.)

Taulukko 17. Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden kiinnostus eri yhteydenottokanaviin asiakaspalvelun kanssa asioidessa

	OMAKOTITALO vastaajat 180 kpl		ISÄNNÖITSIJÄ vastaajat 11 kpl	
	n	%	n	%
Puhelimitse	68	37,8 %	4	36,4 %
Sähköisen asiointipalvelun (Omakukko) kautta	135	75,0 %	11	100,0 %
Sähköpostitse	70	38,9 %	8	72,7 %
Chat-palvelun kautta	42	23,3 %	2	18,2 %
Jotenkin muuten, miten?	2	1,1 %	0	0,0 %
	317		25	

Omakukkoa ei-käyttäneiden asiakkaiden toiveet asiakaspalvelun kanssa asioimiseen eivät eroa merkittävästi Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden toiveista. Omakukkoa ei-käyttäneet omakotitaloasukkaat ja isännöitsijät toivoivat asiointia Omakukon kautta eniten, ja chat-palvelun kautta vähiten. Taulukosta



18 nähdään Omakukkoa ei-käyttäneiden asiakkaiden vastausten jakautuminen asiakasryhmittäin. Omakotitaloasukkaista 177 (60,2 %) haluaisi asioida asiakaspalvelun kanssa Omakukkoa käyttäen. Näin vastasi myös 4 (44,4 %) isännöitsijää. Sähköposti oli toiseksi suosituin ja puhelin kolmanneksi suosituin yhteydenottotapa kummankin asiakasryhmän tuloksissa.

Taulukko 18. Omakukkoa ei-käyttäneiden asiakkaiden kiinnostus eri yhteydenottokanaviin asiakaspalvelun kanssa asioidessa

	OMAKOTITALO vastaajat 294 kpl		ISÄNNÖITSIJÄ vastaajat 9 kpl	
	n	%	n	%
Puhelimitse	95	32,3 %	5	55,6 %
Sähköisen asiointipalvelun (Omakukko) kautta	177	60,2 %	4	44,4 %
Sähköpostitse	126	42,9 %	6	66,7 %
Chat-palvelun kautta	77	26,2 %	1	11,1 %
Jotenkin muuten, miten?	7	2,4 %	0	0,0 %
	482		16	

Asiakkaiden tyytyväisyyttä Omakukko-verkkopalvelua kohtaan selvitettiin perinteistä NPS-mittaria hyödyntäen. Omakukkoa käyttäneiltä omakotitaloasukkailta ja isännöitsijöiltä kysyttiin, kuinka todennäköisesti he suosittelisivat Omakukon käyttöä muille. Arviointiasteikolla numero 0 tarkoitti ei lainkaan todennäköistä suositteluhalukkuutta ja numero 10 erittäin todennäköistä suositteluhalukkuutta. Taulukko 19 kertoo omakotitaloasukkaiden suositteluhalukkuuden. Tuloksista nähdään, että valtaosa omakotitaloasukkaista valitsi vastausvaihtoehdon 9 tai 10 (55,56 % vastaajista). Vastaajia, jotka valitsevat vastausvaihtoehdon 9 tai 10 pidetään suosittelijoina. Heitä, jotka valitsevat vastausvaihtoehdon 7 tai 8 pidetään passiivisina ja vastaajia, jotka valitsevat vastausvaihtoehdon 0–6 pidetään arvostelijoina. NPS-luku saadaan Net Promoter Score -laskentamallilla, jossa suosittelijoiden prosentuaalisesta osuudesta vähennetään arvostelijoiden prosentuaalinen osuus. Omakukkoa käyttäneiden omakotitaloasukkaiden NPS-pisteet ovat 43.

Taulukko 19. Omakukkoa käyttäneiden omakotitaloasukkaiden suositteluhalukkuus. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Omakukon käyttöä muille?

(0 = en lainkaan todennäköisesti, 10 = erittäin todennäköisesti)

OMAKOTITALO										
Arvostelijat							Passiiviset		Suosittelijat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 22							n = 58		n = 100	
12,22%							32,22%		55,56%	
1	1	1	1	4	7	7	15	43	38	62

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
180	43	8,4

Taulukosta 20 nähdään Omakukkoa käyttäneiden isännöitsijäasiakkaiden suositteluhalukkuus. Kaikki vastaajat ovat Net Promoter Score -laskentamallin mukaan joko passiivisia tai suosittelijoita. Isännöitsijöiden NPS-pisteet ovat 73, jota voidaan pitää erittäin hyvänä tuloksena.

Taulukko 20. Omakukkoa käyttäneiden isännöitsijöiden suositteluhalukkuus. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Omakukon käyttöä muille?

(0 = en lainkaan todennäköisesti, 10 = erittäin todennäköisesti)

ISÄNNÖITSIJÄT										
Arvostelijat							Passiiviset		Suosittelijat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 0							n = 3		n = 8	
0%							27,27%		72,73%	
0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	6

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
11	73	9,3

Omakukko-verkkopalvelua käyttäneiltä omakotitaloasukkailta ja isännöitsijöiltä kysyttiin edelleen, mitkä asiat lisäisivät heidän Omakukko-verkkopalvelun käyttöään. Avoimia vastauksia saatiin 21 kappaletta, ja vastauksista esiin nousivat seuraavanlaiset kehitysehdotukset.

Omakotitaloasukkaat:

- Helpompi kirjautuminen, koska asiakasnumeron etsiminen vaivalloista
- Mahdollisuus seurata kustannuksia

- Käytön helppous ja vaivattomuus
- Selkeät välilehdet ja valikot
- Mobiiliversio, sovellusversio
- Palvelun selkeys ja toimivuus
- Mahdollisuus hoitaa kaikki asiointi Omakukossa
- Selkeä informointi jäteastian tyhjennyksiin vaikuttavista juhlapyhistä

Isännöitsijät:

- Helpompi kirjautuminen
- Jäteraporttien helppo saatavuus
- Mahdollisuus tilata muovikeräysastia

Omakotitaloasukkailta ja isännöitsijöiltä selvitettiin vielä, kuinka todennäköisesti he käyttävät Omakukkoa tulevaisuudessa. Vastausasteikko oli 0–10, jossa 0 tarkoitti ei lainkaan todennäköistä käyttöä ja 10 erittäin todennäköistä käyttöä. Omakukkoa käyttäneiden omakotitaloasukkaiden vastauksien keskiarvo oli 8,6 ja isännöitsijöiden 9,2. Vastaavasti Omakukkoa ei käyttäneiden omakotitaloasukkaiden keskiarvo oli 6,7 ja isännöitsijöiden 7,8. (Taulukko 21.)

Taulukko 21. Kuinka todennäköisesti käytät Omakukkoa tulevaisuudessa asteikolla 0–10? (0 = en lainkaan todennäköisesti, 10 = erittäin todennäköisesti)

	OMAKOTITALO		ISÄNNÖITSIJÄ	
	vastaajat 474 kpl		vastaajat 20 kpl	
	n	ka.	n	ka.
Omakukkoa käyttäneet	180	8,6	11	9,2
Omakukkoa ei-käyttäneet	294	6,7	9	7,8
	474		20	

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksella selvitettiin Jätekukon asiakkaiden kokemuksia Omakukko-verkkopalvelun käytöstä. Palvelumuotoilun prosessin mukaisesti Omakukon kehittämisprojekti lähti liikkeelle palvelun nykytilan selvityksellä. Tutkimus vastasi laadittuihin tutkimuskysymyksiin kattavasti. Tutkimustuloksista saadaan arvokasta tietoa siitä, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat verkkopalveluun, mihin he käyttävät palvelua ja mitä kehitettävää he kokevat palvelussa olevan. Tutkimuksella selvitettiin lisäksi asiakkaiden toiveita palvelun käyttöön tulevaisuudessa. Tulokset tarjoavat toimeksiantajalle mahdollisuuden kehittää Omakukko-verkkopalvelua asiakaslähtöisesti.

Koska käyttäjämäärän lisääminen on yksi Omakukko-verkkopalvelun kehittämisen päätavoite, oli tutkimuksella tärkeää selvittää Omakukon tämänhetkinen tunnettuus Jätekukon asiakkaiden keskuudessa. Tutkimustulosten mukaan Omakukko-verkkopalvelu on Jätekukon toimialueen omakotitalo- ja taloyhtiön asukkaille sekä isännöitsijäasiakkaille tunnetuin Jätekukon tarjoama palvelu. Näistä kolmesta tässä tutkimuksessa mukana olleista asiakasryhmistä omakotitaloasukkailla ja isännöitsijöillä on ollut mahdollisuus Omakukko-verkkopalvelun käyttöön. Tämän perusteella voidaan pitää runsaana niiden omakotitalovastaajien määrää (41,1% vastaajista), jotka kertoivat, ettei mikään kyselytutkimuksessa mukana olleista Jätekukon tarjoamista palveluista ollut entuudestaan tuttu.

Omakukkoa oli käyttänyt 38,0 prosenttia kyselyyn vastanneista omakotitaloasukkaista ja 55,0 prosenttia isännöitsijöistä. Palvelu vastasi suurimmaksi osaksi käyttäjien tarpeisiin, sillä kaikki Omakukkoa käyttäneet isännöitsijät ja yli 95 prosenttia omakotitaloasukkaista kertoivat löytäneensä Omakukosta vastauksen etsimäänsä. Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden tyytyväisyydestä ja palvelun suositteluhalukkuudesta kertovat myös tutkimustuloksista ilmenneet hyvät NPS-tulokset. Valtaosa kyselytutkimukseen vastanneista oli saanut tiedon Omakukko-verkkopalvelusta Jätekukon kotisivuilta tai Jätekukon laskulta.

Tutkimuksessa selvisi, että asiakkaat käyttävät Omakukkoa enimmäkseen jäteastian seuraavan tyhjennysajankohdan tarkastamiseen ja tyhjennysrytmin, astiakoon tai muun jätehuoltoon liittyvän muutoksen tekemiseen. Isännöitsijäasiakkaat käyttävät palvelua omakotitaloasukkaita useammin, kuukausittain tai jopa viikoittain. Molemmat asiakasryhmät käyttävät Omakukkoa mieluiten tietokoneella.

Yleisimmät syyt sille, miksi vastaajat eivät olleet käyttäneet Omakukkoa, ovat tietämättömyys palvelun olemassaolosta tai kirjautumistunnusten puute. Lisäksi osa vastaajista kokee Omakukko-verkkopalvelun käytön tarpeettomaksi. Omakukkoa ei-käyttäneiden asiakkaiden todennäköisyys palvelun käyttöön tulevaisuudessa on tutkimustulosten mukaan matalampi, mutta ei huomattavasti matalampi kuin palvelua jo käyttäneiden asiakkaiden todennäköisyys. Tutki-

mustuloksista on selkeästi havaittavissa Omakukkoa ei-käyttäneiden asiakkaiden kiinnostus palvelun käyttöön jatkossa. Omakukkoa ei-käyttäneet asiakkaat, samoin kuin Omakukkoa käyttäneet asiakkaat, olisivat tutkimustulosten perusteella tulevaisuudessa yhteydessä asiakaspalveluun mieluiten Omakukko-verkkopalvelun kautta.

Omakukko-verkkopalvelun asiakaslähtöinen kehittäminen vaatii asiakaskokemusten ymmärtämistä ja mittaamista. Tämän tutkimuksen perusteella Omakukko-verkkopalvelun käyttäjät ovat pääasiassa tyytyväisiä palveluun. Vaikka asiakkaat ovat pääasiassa tyytyväisiä Omakukko-verkkopalvelun toiminnallisuuteen, tutkimustuloksista voidaan päätellä Omakukon visuaalisen toteutuksen kaipaavaan huomiota. Erityisesti isännöitsijäasiakkaat kaipaavat palvelun kehittämistä visuaalisen ilmeen ja vaivattoman käyttökokemuksen osalta. Lisäksi tutkimuksessa selvisi, että Omakukon käyttöä asiakkaiden keskuudessa lisäisi helpompi kirjautuminen palveluun ja mahdollisuus hoitaa kaikki jätehuoltoon liittyvä asiointi sähköisesti.

Tutkimuksella selvitettiin tulevaisuuden kehitysideoita, ja tuloksissa esiin nousivat asiakkaille merkitykselliset palvelun ominaisuudet. Omakotitaloasukkaat toivoisivat palveluun etenkin historiatietoja niin laskujen kuin jäteastian tyhjenysajankohdista osalta. Lisäksi omakotitaloasukkaat haluaisivat tarkastella avoimia laskuja, tarkastaa lähimmän jätteen kierrätyspisteen ja seurata jätehuollon kustannuksia. Isännöitsijät kokevat tarpeelliseksi edellä mainittujen kehitysideoiden lisäksi erityisesti biopussien tilaamisen ja jätehuollon ajankohdistaisten asioiden seuraamisen. Omakukon kehitysideoista taloyhtiön asukkaita kiinnostavat biopussien tilaaminen ja lähimmän kierrätyspisteen tarkastaminen.

Lisäksi tutkimustuloksista käy ilmi, että kaikkia asiakasryhmiä kiinnostaisi seurata Omakukossa Jätekukon uutisointia, jäteauton ajoreittiä ja oman jätehuollon vaikutuksia hiilijalanjälkeen. Lisäksi asiakkailta peräisin olevissa kehitysideoissa toivotaan palveluun kierrätysvinkkejä sekä tilastoja kierrätysprosentista alueellisesti ja valtakunnallisesti.

Omakukko-verkkopalvelu on tutkimustulosten mukaan hyvin toimiva sähköinen asiointipalvelu. Omakukko vastaa nykyisillä ominaisuuksillaan jo moniin

Jätekukon asiakkaiden tarpeisiin, ja palvelun perustoiminnot ovat kunnossa. Sähköisen asioinnin suurimpana haasteena on saada asiakkaat kokeilemaan palvelua sekä luoda palvelusta niin merkityksellinen, että asiakkaat saadaan palvelun käyttäjiksi jatkossakin. Hyödyntämällä tutkimuksen tuloksia ja lisäämällä Omakukkoon asiakkaille tarpeellista tietoa, asiakkaiden kokema arvo kasvaa ja palvelun käyttö lisääntyy.

## 7 POHDINTA

### Tutkimuksen toteutus ja luotettavuus

Tutkimuksen asiakaskyselyillä tavoitettiin suuri määrä vastaajia ja tutkimusaineistoa kerättiin runsaasti. Runsas vastausmäärä helpotti tulosten esittämistä ja paransi tutkimuksen reliabiliteettia eli luotettavuutta. Etenkin asukaskyselyn vastaajamäärää (1582 vastaajaa) voidaan pitää hyvänä. Jätekukon toimialueen asukkaille tarkoitettu kysely löytyi Jätekukon kotisivuilta ja vastaaminen oli kaikille kotisivun vierailijoille mahdollista. Kyselyn vastausprosentti ei ole määriteltävissä, koska tietoa ei ollut siitä, kuinka moni kotisivuilla vierailut jätti kyselyn huomiotta. Kyselyn luotettavuuteen vaikutti heikentävästi se, että vastaajien kuuluminen Jätekukon toimialueen asukkaisiin ei ollut todennettavissa. Omakukon kotisivuilta löytyneessä uutisessa kerrottiin kyselyn tarkoitus ja kohderyhmä. Kyselyn saatteena toimineessa uutisessa ohjeistettiin, että kysely on tarkoitettu Jätekukon toimialueen asukkaille, eikä vastaaminen vaadi Omakukko-verkkopalvelun aikaisempaa käyttöä. Vastaajille kerrottiin, että tuloksia tullaan hyödyntämään Omakukon kehittämisessä, ja vastaajia motivoitiin Fininkinon leffalippuja arpomalla.

Isännöitsijäkyselyn vastausmäärä jäi odotetusti alhaisemmaksi asukaskyselyyn verrattuna. Kohdennetun sähköpostitutkimuksen haasteena on usein alhainen vastausprosentti. Kohdennetuissa sähköpostitutkimuksissa päästään noin 10 prosentin vastausmääriin, mutta usein vastausprosentti on tätä matalampi (Kananen 2015, 279). Tämän tutkimuksen vastausprosentin (7,7%) lisäksi voidaan tarkastella viestin avausprosenttia, joka oli isännöitsijäkyselyn osalta selvillä. Jätekukon isännöitsijöille suunnatun uutiskirjeen avausprosentin ollessa noin 30 prosenttia, sitä pidetään korkeana. Tämän isännöitsijäkyselyn sisältäneen uutiskirjeen avausprosentti oli 20 prosenttia (Kahelin

2019b.) Avausprosenttiin vaikuttavat pääasiassa lähetysaika ja uutiskirjeen sisältö. Nyt saavutetun melko heikon avausprosentin taustalla vaikutti ilmeisesti uutiskirjeen ajankohta, sillä kevät ja kesä ovat isännöitsijöille kiireisintä aikaa. Uutiskirjeen lähetysotsikko oli myös informatiivinen ”Haluamme kuulla mielipiteesi Omakukko-verkkopalvelusta” ja ilmaisi viestin sisällön selvästi vastaanottajalle.

Tutkimustulokset vastasivat kattavasti tutkimuksen tavoitteisiin. Toteutetut kyselylomakkeet olivat monipuoliset ja sisälsivät useita erilaisia kysymystyyppejä. Tuloksia analysoitaessa ei tullut esille viitteitä siitä, että mikään kysymys olisi aiheuttanut vastaajille hankaluuksia tai vastaajien kesken erilaisia tulkintoja. Tutkijan näkökulmasta tulosten tulkinnan työmäärää lisäsivät kaksi erillistä kyselyä ja usean asiakasryhmän erottelu tutkimustuloksista. Useamman asiakasryhmän tuloksien käsittely paransi kuitenkin tutkimuksen luotettavuutta.

Kyselylomakkeet suunniteltiin ja testattiin hyvin ennen julkaisua. Jälkeenpäin kyselylomakkeen väittämien vastausasteikkoa 1–5 tulisi muuttaa luotettavamman tuloksen takaamiseksi. Tämän tutkimuksen kyselylomakkeilla vastausvaihtoehto 1 sai merkityksen ”täysin eri mieltä” ja vastausvaihtoehto 5 ”täysin samaa mieltä”. Vastausvaihtoehto 3 oli nimetty ”en osaa sanoa”. Ymmärrettävyyden ja luotettavuuden suhteen parempi ilmaus olisi ”ei samaa, eikä eri mieltä”, ja vastausvaihtoehto ”en osaa sanoa” toimisi erillisenä vastausvaihtoehtona asteikon ulkopuolella. Mikäli ”en osaa sanoa” löytyy vastausasteikon keskelle sijoitettuna, se valitaan huomattavasti useammin, kuin muulla tavalla ilmaistu vastausvaihtoehto (Jokinen & Järvensivu 2015). Tämän tutkimuksen vastaajat valitsivat väittämiin pääasiassa vastausvaihtoehdot 4 tai 5, joten asteikon nimeäminen ei valtaosan vastauksiin liene vaikuttanut. Muuten kyselylomakkeet tuottivat juuri sitä tietoa mitä tutkimuksella haettiin, ja näin ollen tutkimusmenetelmää voidaan pitää validina.

## **Tutkimustulokset**

Tulosten tulkitseminen rinnakkain eri asiakasryhmien kesken lisäsi tutkimukseen toivottua moniulotteisuutta, ja toi tutkimukseen useampia näkökulmia. Tuloksia tarkastellessa ja vertailtaessa tulee huomioida eri asiakasryhmien

erilaiset tarpeet sekä erilaiset asiakassuhteet. Esimerkiksi isännöitsijäasiakkaiden tarve käyttää Omakukko-verkkopalvelua omakotitaloasukkaita useammin selittyy heidän työnkuvallaan. Mieluiten Omakukkoa käytettiin tietokoneella, mikä korostui niin isännöitsijöiden, kuin omakotitaloasukkaiden vastauksissa. Etenkin omakotitaloasukkaiden kiinnostus mobiilikäyttöön oli yllättävän heikko tasolla, ajatellen mobiililaitteiden käytön kasvua ja yleistä trendiä valtakunnallisella tasolla (Tilastokeskus 2018). Omakukkoa käyttäneiden ja tähän kyselyyn vastanneiden omakotitaloasukkaiden suhteellisen korkea ikä selittää mieltymystä käyttää Omakukkoa erityisesti tietokoneella.

Tällä hetkellä Omakukkoa ovat voineet käyttää Jätekukon toimialueen omakotitaloasukkaat, isännöitsijät sekä vapaa-ajan asukkaat. Tähän tutkimukseen osallistuneiden Omakukkoa käyttäneiden asiakkaiden ikärakenne saatiin selville omakotitaloasukkaiden ikärakennetta tarkastelemalla. Omakukon käyttäjät ovat tämän tutkimuksen mukaan pääasiallisesti yli 40-vuotiaita. Omakotitaloasukkaista vain alle 22 prosenttia kertoi iäkseen 40 vuotta tai alle. Oletettavaa on, että asumismuodolla on vaikutusta Omakukon käyttäjien ikärakenteeseen. Myös kaikkien tutkimukseen osallistuneiden ikärakennetta tarkastelemalla (omakotitaloasukkaat ja taloyhtiön asukkaat) huomataan, että kyselyllä tavoitettiin eniten yli 40-vuotiaita vastaajia. Omakukon kehittämisen kannalta olisi tärkeää saada selville myös nuorempien asiakkaiden ajatuksia, ja etenkin kannustaa heitä verkkopalvelun käyttäjiksi. Tämä tulee ajankohtaiseksi erityisesti silloin, kun Omakukko laajenee tulevaisuudessa taloyhtiönasukkaiden keskuuteen, ja oletettavasti nuorten vuokralla-asuvien tavoittaminen helpottuu.

## **Yhteenveto**

Tutkimus vahvisti jo tiedostettujen Omakukko-verkkopalvelun kehityskohteiden tarpeellisuuden, ja toi esille uusia kehittämisen kohteita. Tutkimustulokset vahvistivat Omakukon kirjautumisen hankaluuden. Kyselyyn vastaajien keskuudessa erityisesti kirjautumistunnusten puuttuminen koettiin syyksi Omakukon käyttämättömyydelle. Tunnuksena toimiva asiakasnumero on löydetty Jätekukon laskulta, mutta siitäkin huolimatta asiakkaat kokivat, että heillä ei ole tarvittavia tunnuksia. Valtaosa vastaajista piti Omakukon visuaalista ilmettä selkeänä ja Omakukon käyttöä vaivattomana, mutta etenkin osa isännöitsijäasiakkaista kaipasi toimintojen kehittämistä. Näiden toimintojen



tärkeys korostuu isännöitsijäasiakkaiden keskuudessa, koska he tarkastelevat useamman taloyhtiön tietoja samalla käyttäjätunnuksella.

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella yksi merkityksellisin keino Omakukon käyttäjämäärien lisäämiseksi on Omakukon tunnettuuden parantaminen. Omakukon markkinoinnin tehostaminen jo käytössä olevilla kanavilla voisi parantaa asiakkaiden tietoisuutta. Kun asiakkaat saadaan tietoiseksi palvelusta, mielenkiintoa palvelun käyttöön voidaan kasvattaa toimintoja lisäämällä, ja jo olemassa olevia toimintoja parantamalla. Tutkimustuloksista ilmeni, että asiakailta löytyy runsaasti kiinnostusta Omakukon mahdollisille tulevaisuuden toiminnoille. Osa tutkimukseen osallistuneista asiakkaista kaipasi jo sellaisia toimintoja käyttöönsä, joita ei vielä Omakukosta löydy. Tutkimustulosten perusteella asiakkaat ovat kiinnostuneita monipuolisesta palvelutarjonnasta. Lisäämällä Omakukkoon monipuolista sisältöä voidaan vastata yhä useamman asiakkaan tarpeisiin ja kiinnostuksen kohteisiin.

Omakukko palvelee jo nykyisellään hyvin asiakkaitaan, ja valtaosa käyttäjistä on palveluun tyytyväisiä. Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että sähköistä asiointipalvelua kohtaan löytyy kiinnostusta myös kunnallisen jätehuoltoyhtiön asiakkaiden keskuudessa. Tämän opinnäytetyön tutkimustulokset mukailevat Suomen-Kiertovoima Ry:n toteuttaman asiakaskyselyn tuloksia, jossa Jätekukon asiakkaat ilmaisivat kiinnostuksensa asiakaspalvelun kanssa asiointiin Omakukon kautta (Kivo-projekti 2018). Tämän työn tutkimustulokset osoittavat vielä voimakkaammin uusien, palvelua käyttämättömien asiakkaiden, mielenkiinnon Omakukko-verkkopalvelun käyttöön jatkossa.

Tämä opinnäytetyö osoittaa, että Omakukko-verkkopalvelu on merkityksellinen Jätekukon asiakkaille. Lisäksi opinnäytetyön tutkimustulokset yhdessä teoreettisen viitekehyksen kanssa vahvistavat palvelun merkityksellisyyden toimeksiantajalle, ja antavat hyödyllistä tietoa Omakukon kehittämisprojektin tueksi. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää mahdollisissa jatkotutkimuksissa, joiden avulla kehitysprojektin onnistumista voidaan myöhemmin mitata.

## LÄHTEET

Ahde, R. 2017. ”Sen voi hoitaa verkossa”. Kunnat sähköisten asiointipalvelujen tarjoajina. Pro gradu -tutkielma. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/3205/osuva\\_7528.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/3205/osuva_7528.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [viitattu 5.11.2019].

Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Tee asiakkaistasi faneja. Kauppakamari.

Asiakaskokemustutkimus loppuraportti Jätekuukko. 2017. Suomen Asiakaskokemustutkimus. PDF-dokumentti. Päivitetty 21.11.2017. Jätekuukko Oy:n sisäinen materiaali.

Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Opi kansainvälisiltä huipuilta. E-kirja. Helsinki: Alma Talent. Saatavissa: <https://www.elibrary.com> [viitattu 14.10.2019].

Hallavo, J. 2013. Verkkokaupan rautaisannos. E-kirja. Helsinki: Talentum. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 14.8.2019].

HE 60/2018. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi digitaalisten palvelujen tarjoamisesta sekä sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa annetun lain muuttamisesta. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2018/20180060.pdf> [viitattu 10.10.2019].

Helander, N., Kujala, J., Lainema, K. & Pennanen, M. 2013. Avaimia asiakasläheisyyteen. Uudistuva verkostomainen palveluliiketoiminta. Tampere: University Press.

Ihamäki, H. 2016. Palvelumuotoilu työkaluna erinomaisen asiakaskokemuksen rakentamisessa. Sytyke 1, 17–19. Saatavissa: [http://sytyke.org/www14.zoner-asiakas.fi/wp-content/uploads/2017/06/Sytyke1\\_2016\\_low.pdf](http://sytyke.org/www14.zoner-asiakas.fi/wp-content/uploads/2017/06/Sytyke1_2016_low.pdf) [viitattu 15.10.2019].

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio. Yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.

Jokinen, M. & Järvensivu M. 2014. En osaa sanoa -vastaaminen verkkokyselyissä. WWW-dokumentti. Päivitetty 23.2.2015. Saatavissa: [https://www.stat.fi/artikkelit/2014/art\\_2014-12-08\\_011.html](https://www.stat.fi/artikkelit/2014/art_2014-12-08_011.html) [viitattu 17.11.2019].

Jätekuukko. s.a. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.jatekuukko.fi/etusivu.html> [viitattu 29.8.2019].

Kahelin, T. 2019a. Viestintäsuunnittelija. Sähköpostiviesti 26.2.2019. Jätekuukko Oy.

Kahelin, T. 2019b. Viestintäsuunnittelija. Sähköpostiviesti 16.7.2019. Jätekuukko Oy.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kansallisarkisto. 2018. Sähköinen asiointipalvelu – toimenpiteet ja kulku asiakirjahallinnon näkökulmasta. WWW-dokumentti. Päivitetty 31.10.2018. Saatavissa: <http://www.narc.fi/asiointikaavio/index.html> [viitattu 17.9.2019].

Kivo-projekti – Jätelaitoksen analysointi ja vertaaminen. 2018. Suomen Kiertovoima Ry. PDF-dokumentti. Jätekuukko Oy:n sisäinen materiaali.

Kohvakka, R. & Saarenmaa, K. 2019. WhatsApp Suosituin – some on suomalaisten arkea iän mukaan vaihdellen. WWW-dokumentti. Päivitetty 23.5.2019. Saatavissa: <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/whatsapp-suosituin-some-on-suomalaisten-arkea-ian-mukaan-vaihdellen/> [viitattu 19.10.2019].

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. Työkalupakki. Helsinki: Talentum.

Kärkkäinen, A. 2015. "Digitalisaatio ei vaikuta yritykseemme mitenkään" - eikö? Blogi. Päivitetty 12.10.2015. Saatavissa: <https://www.solita.fi/blogit/digitalisaatio-ei-vaikuta-yritykseemme-mitenkaan-eiko/> [viitattu 17.9.2019].

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 15.3.2019/306.

Löytänä, J. & Korkiakoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi. Rohkeus + rakkaus = raha. Helsinki: Talentum Media Oy.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. E-kirja. Helsinki: Talentum Media Oy. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/> [viitattu 15.10.2019].

Miettinen, S. (toim.) 2014. Muotoiluajattelu. E-kirja. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/> [viitattu 15.10.2019].

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 3. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Mooij, M., Kortesmäki, T., Lammi, M., Lautamäki, S., Pekkala, J. & Sinkkonen, J. 2005. Kompassina asiakas. E-kirja. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/> [viitattu 15.8.2019].

Moritz, S. 2005. Service design. Practical access to an evolving field. E-kirja. Lontoo: Köln International School of Design. Saatavissa: [https://is-suunet.com/st\\_moritz/docs/pa2servicedesign](https://is-suunet.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign) [viitattu 15.10.2019].

Omakukko. 2019. Jätekuukko Oy. PDF-dokumentti. Jätekuukko Oy:n sisäinen materiaali.

Palautejärjestelmä. 2019. Jätekuukko Oy. Jätekuukko Oy:n sisäinen materiaali.

Penin, L. 2018. Designing the invisible. An introduction to service design. Bloomsbury Visual Arts.

Puheluluokitteluraportti. 2019. Jätekkukko Oy. PDF-dokumentti. Jätekkukko Oy:n sisäinen materiaali.

Raportti: Suomi romahtamassa digitalisaation alasarjaan. 2017. ePressi.com. Päivitetty 8.11.2017. Saatavissa: <https://www.epressi.com/tiedotteet/talous/raportti-suomi-romahtamassa-digitalisaation-alasarjaan.html> [viitattu 15.9.2019].

Saavutettavuus s.a. Valtiovarainministeriö. Saatavissa: <https://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi> [viitattu 20.9.2019].

SADe-ohjelma (Sähköisen asiainnin ja demokratian vauhdittamisohjelma). Loppuraportti. 2016. Valtiovarainministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://vm.fi/documents/10623/1464506/SADe-ohjelman+loppuraportti/1efdcfd5-8e24-4985-bb43-a82d3f621974/SADe-ohjelman+loppuraportti.pdf> [viitattu 26.9.2019].

Savolainen, T. & Lehmuskoski K. 2017. Digimuutos.fi. 10 huippujohtajan tarina muutosjohtamisesta! Timo Savolainen.

Sirkemaa, Seppo J. 2014. Electronic Services in Public Sector: Development Challenges. *International Journal of Computer and Electrical Engineering* 6:2, 181–184. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://www.ijcee.org/papers/818-IT073.pdf> [viitattu 5.11.2019].

Suomalaisten pk-yritysten digitaalisuus 2018. Elisa Oyj, Suomen Yrittäjät ry & Prior Konsultointi Oy. PDF-dokumentti. Päivitetty 8.5.2019. Saatavissa: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/suomalaisten\\_pk\\_yritysten\\_digitaalisuus\\_2018.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/suomalaisten_pk_yritysten_digitaalisuus_2018.pdf) [viitattu 26.9.2019].

Sähköinen asiointi jätehuolto-yrityksissä. 2019. Jätekkukko Oy. PDF-dokumentti. Jätekkukko Oy:n sisäinen materiaali.

Sähköisen asiainnin tietoturvasuus -ohje. 2017. Valtiovarainministeriö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80012/VM\\_25\\_2017.pdf](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80012/VM_25_2017.pdf) [viitattu 5.11.2019].

Tietoa saavutettavuudesta s.a. Etelä-Suomen aluehallintovirasto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/tietoa-saavutettavuudesta/> [viitattu 20.9.2019].

Tilastokeskus. 2018. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. WWW-dokumentti. Päivitetty 4.12.2018. Saatavissa: [https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi\\_2018\\_2018-12-04\\_kat\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_kat_001_fi.html) [viitattu 20.9.2019].

Toskovic, T. 2017. Asiakslähtöisyys – sananhelinästä arjen todellisuudeksi. Blogi. Päivitetty 8.12.2017. Saatavissa: <https://www.palvelumuotoilu.fi/> [viitattu 15.9.2019].

Tuore raportti: Suomi romahtanut digitalisaation alasarjaan, etenkin toimeenpano ja aikaansaanti tökkii. 2017. Talouselämä. Päivitetty 8.11.2017. Saata-

vissa: <https://www.talouselama.fi/uutiset/tuore-raportti-suomi-romahtanut-digitalisaation-alarajaan-etenkin-toimeenpano-ja-aikaansaanti-tokkii/9698c2dd-0870-3938-9dff-68068868fa44> [viitattu 15.9.2019].

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja. Talentum Media Oy. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/> [viitattu 15.10.2019].

Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Helsinki: Tammi.

Voutilainen, T. 2007. Hyvä sähköinen hallinto. 2. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

von Zansen, J., Haapanen, M. & Syrjänen, T. 2017. Digilogistiikka. Kuluttajan ohjaamaa liiketoimintaa. Futugene Oy.

# Tulosraportti (perusraportti)

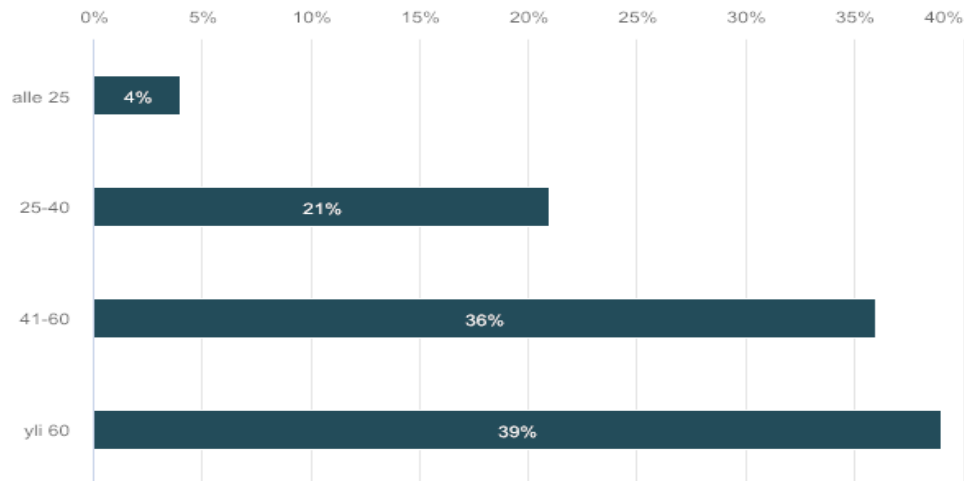
## Omakukko-asukaskysely

Liite 1/1

Vastaajien kokonaismäärä: 1582

### Ikä

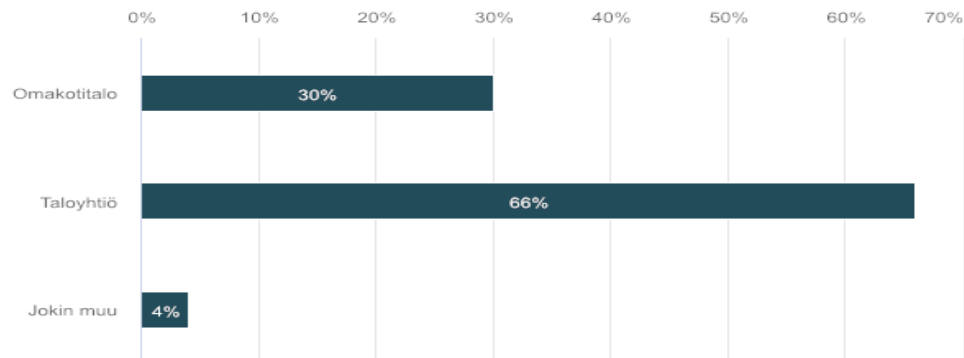
Vastaajien määrä: 1582



	n	Prosentti
alle 25	69	4,36%
25-40	338	21,37%
41-60	562	35,52%
yli 60	613	38,75%

### Asumismuoto

Vastaajien määrä: 1582

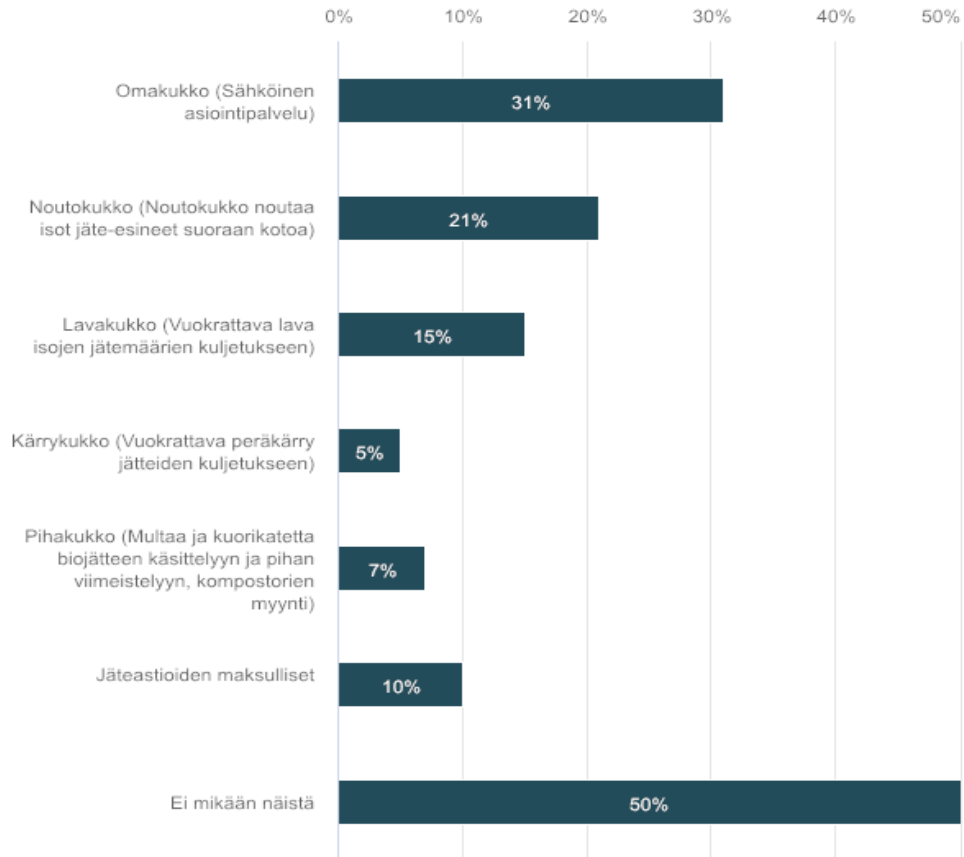


	n	Prosentti
Omakotitalo	475	30,03%
Taloyhtiö	1038	65,61%
Jokin muu	69	4,36%

## Ovatko seuraavat Jättekukon palvelut sinulle ennestään tuttuja?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

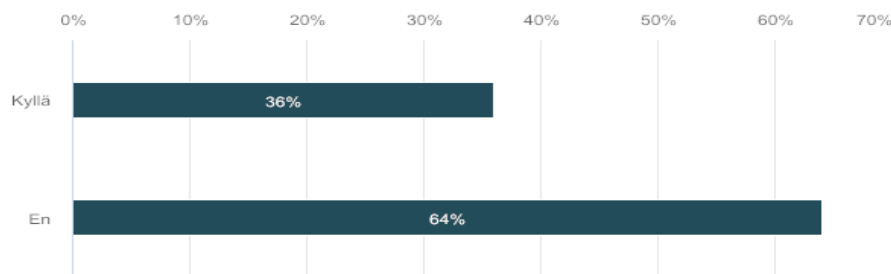
Vastaajien määrä: 1543, valittujen vastausten lukumäärä: 2162



	n	Prosentti
Omakukko (Sähköinen asiointipalvelu)	485	31,43%
Noutokukko (Noutokukko noutaa isot jäte-esineet suoraan kotoa)	317	20,54%
Lavakukko (Vuokrattava lava isojen jätemäärien kuljetukseen)	237	15,36%
Kärrikukko (Vuokrattava peräkärri jätteiden kuljetukseen)	81	5,25%
Pihakukko (Multaa ja kuorikatetta biojätteen käsittelyyn ja pihan viimeistelyyn, kompostorien myynti)	102	6,61%
Jäteastioiden maksulliset tehopesut	161	10,43%
Ei mikään näistä	779	50,49%

## Oletko käyttänyt Omakukko-verkkopalvelua?

Vastaajien määrä: 543

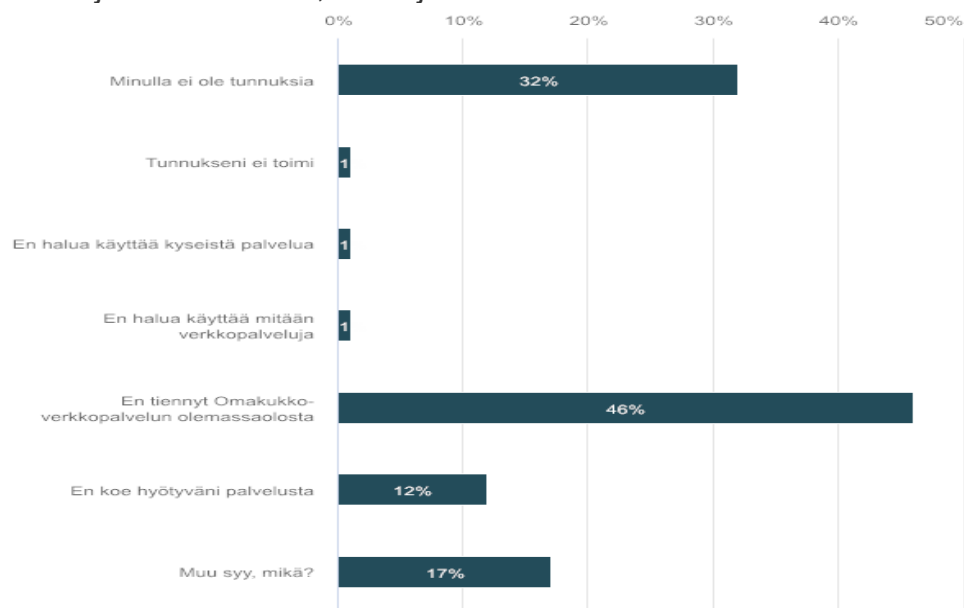


	n	Prosentti
Kyllä	194	35,73%
En	349	64,27%

## Miksi et ole käyttänyt palvelua?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 347, valittujen vastausten lukumäärä: 382

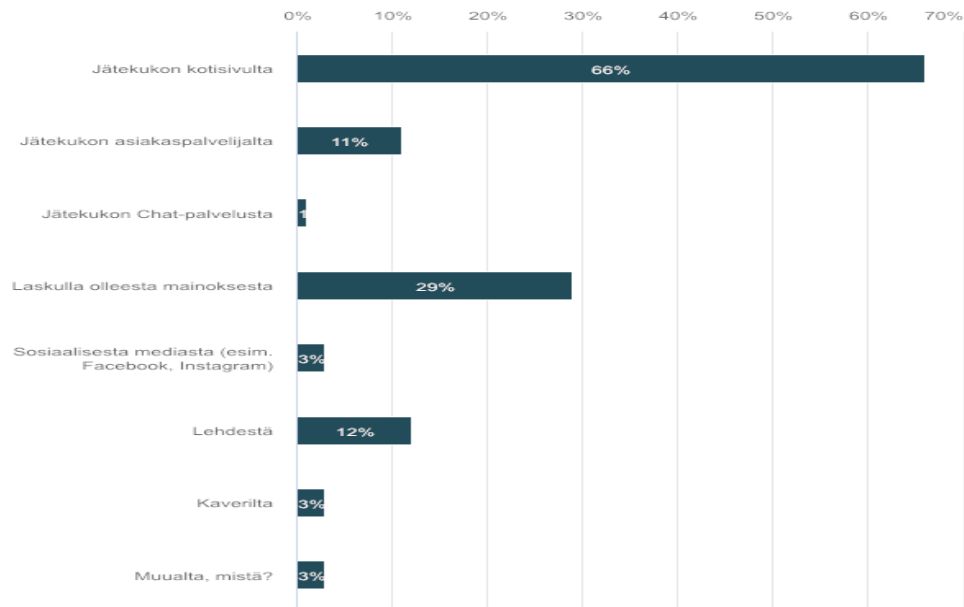


	n	Prosentti
Minulla ei ole tunnuksia	110	31,7%
Tunnukseni ei toimi	5	1,44%
En halua käyttää kyseistä palvelua	3	0,86%
En halua käyttää mitään verkkopalveluja	5	1,44%
En tiennyt Omakukko-verkkopalvelun olemassaolosta	161	46,4%
En koe hyötyväni palvelusta	40	11,53%
Muu syy, mikä?	58	16,71%



**Mistä kuulit Omakukosta?***(Voit valita useamman vaihtoehdon)*

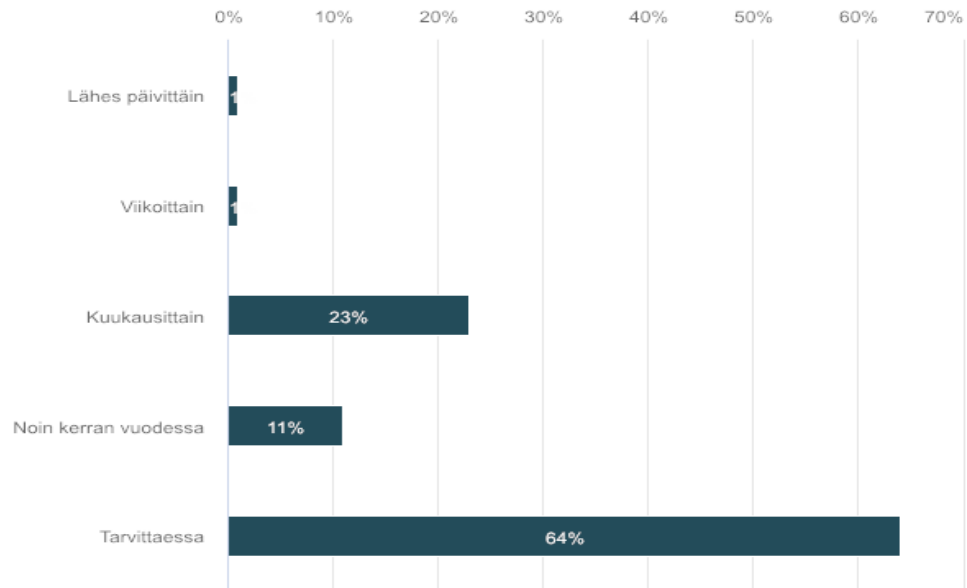
Vastaajien määrä: 194, valittujen vastausten lukumäärä: 247



	n	Prosentti
Jätekukon kotisivulta	129	66,49%
Jätekukon asiakaspalvelijalta	21	10,82%
Jätekukon Chat-palvelusta	2	1,03%
Laskulla olleesta mainoksesta	57	29,38%
Sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook, Instagram)	5	2,58%
Lehdestä	23	11,86%
Kaverilta	5	2,58%
Muualta, mistä?	5	2,58%

**Kuinka usein käytät Omakukkoa?**

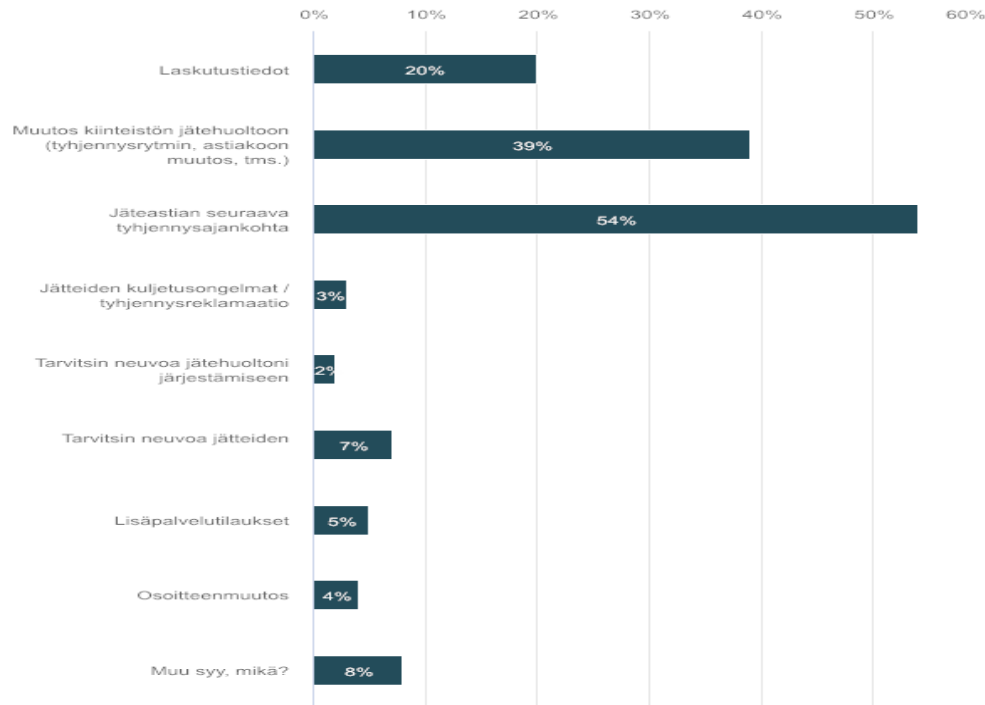
Vastaajien määrä: 194



	n	Prosentti
Lähes päivittäin	2	1,03%
Viikoittain	1	0,52%
Kuukausittain	44	22,68%
Noin kerran vuodessa	22	11,34%
Tarvittaessa	125	64,43%

**Mitä asioita tarkastelit edellisellä kirjautumisella Omakukkoon?***(Voit valita useamman vaihtoehdon)*

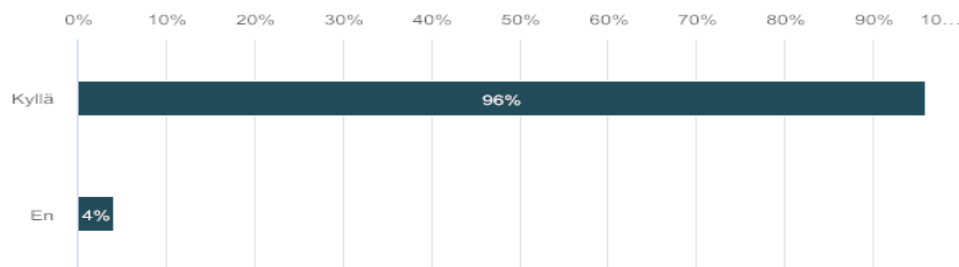
Vastaajien määrä: 194, valittujen vastausten lukumäärä: 274



	n	Prosentti
Laskutustiedot	38	19,59%
Muutos kiinteistön jätehuoltoon (tyhjennysrytmin, astiakoon muutos, tms.)	76	39,18%
Jäteastian seuraava tyhjennysajankohta	105	54,12%
Jätteiden kuljetusongelmat / tyhjennysreklamaatio	5	2,58%
Tarvitsin neuvoa jätehuoltoani järjestämiseen	4	2,06%
Tarvitsin neuvoa jätteiden lajittelussa	13	6,7%
Lisäpalvelutilaukset	9	4,64%
Osoitteenmuutos	8	4,12%
Muu syy, mikä?	16	8,25%

## Löysitkö Omakukosta vastauksen etsimääsi?

Vastaajien määrä: 194

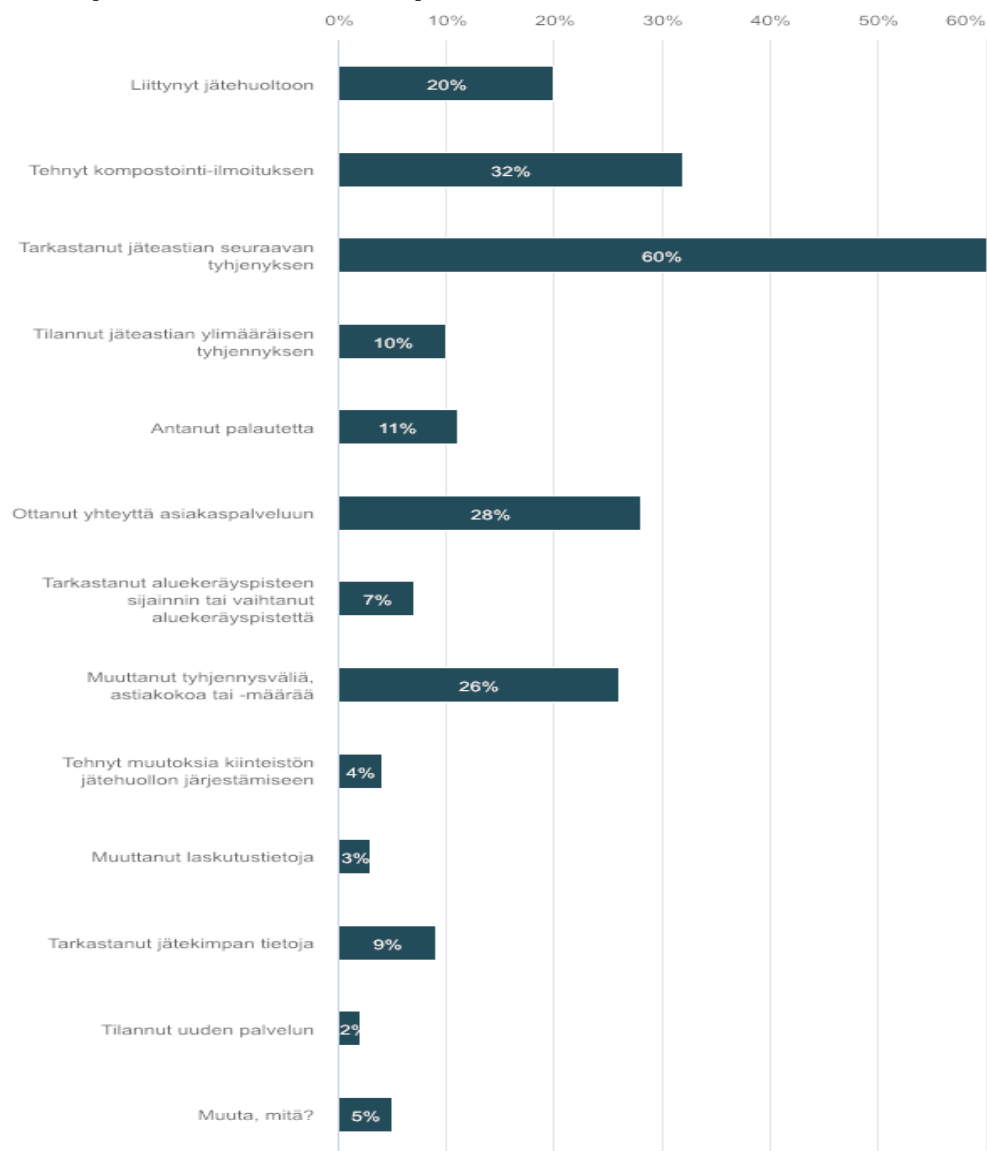


	n	Prosentti
Kyllä	186	95,88%
En	8	4,12%

## Mitä näistä olet tehnyt Omakukossa?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 194, valittujen vastausten lukumäärä: 423

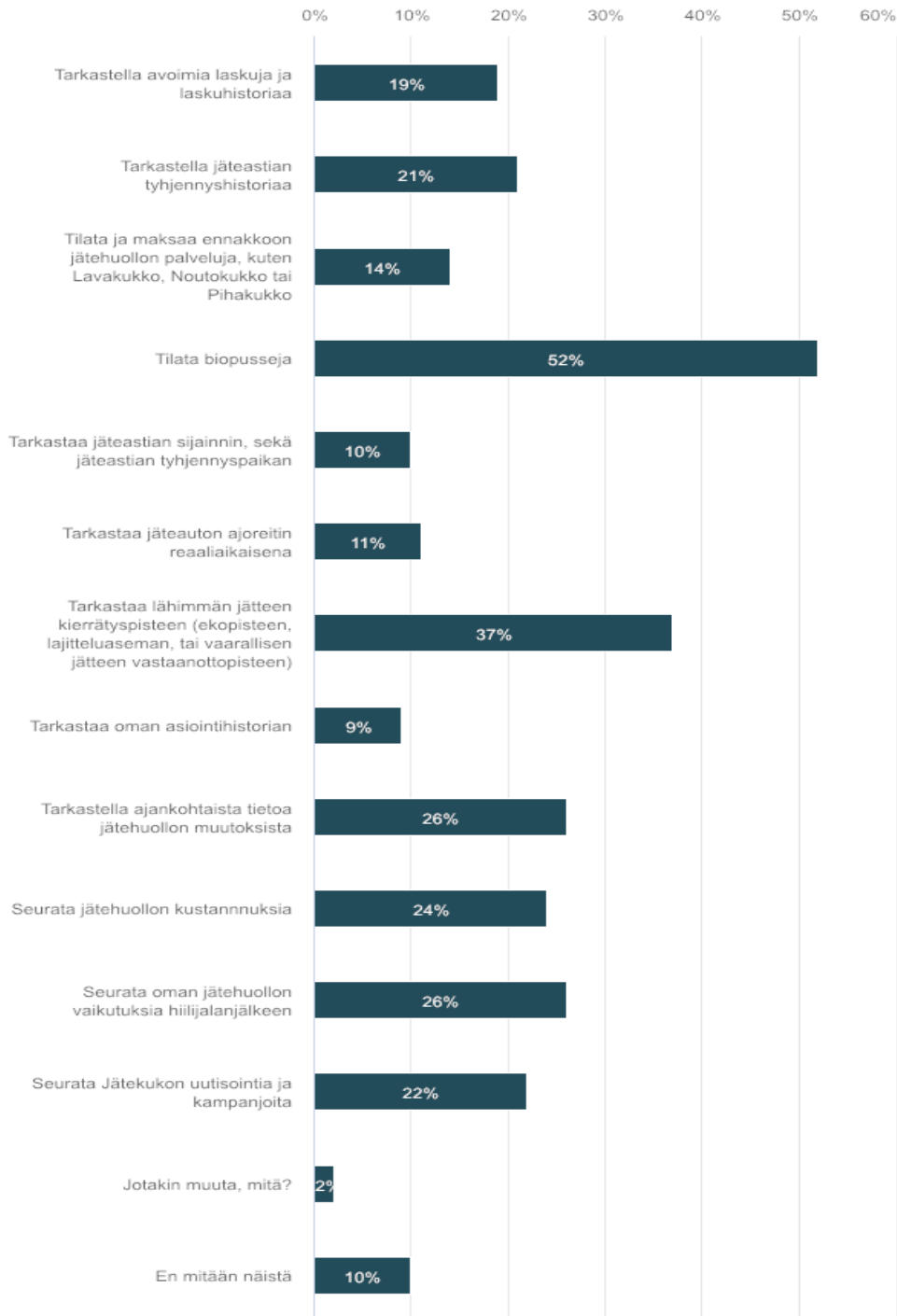


	<b>n</b>	<b>Prosentti</b>
Liittynyt jätehuoltoon	39	20,1%
Tehnyt kompostointi-ilmoituksen	63	32,47%
Tarkastanut jäteastian seuraavan tyhjennyksen	117	60,31%
Tilannut jäteastian ylimääräisen tyhjennyksen	20	10,31%
Antanut palautetta	22	11,34%
Ottanut yhteyttä asiakaspalveluun	55	28,35%
Tarkastanut aluekeräyspisteen sijainnin tai vaihtanut aluekeräyspistettä	13	6,7%
Muuttanut tyhjennysväliä, astiakokoa tai -määrää	50	25,77%
Tehnyt muutoksia kiinteistön jätehuollon järjestämiseen	8	4,12%
Muuttanut laskutustietoja	5	2,58%
Tarkastanut jätekimpan tietoja	18	9,28%
Tilannut uuden palvelun	4	2,06%
Muuta, mitä?	9	4,64%

**Kehitämme jatkuvasti verkkopalveluamme. Mitä sellaista haluaisit Omakukossa tehdä, mikä ei vielä ole mahdollista? (Huom. myös taloyhtiön asukkaille on tulossa mahdollisuus käyttää Omakukko-verkkopalvelua)**

*(Voit valita useamman vaihtoehdon)*

Vastaajien määrä: 1582, valittujen vastausten lukumäärä: 4482

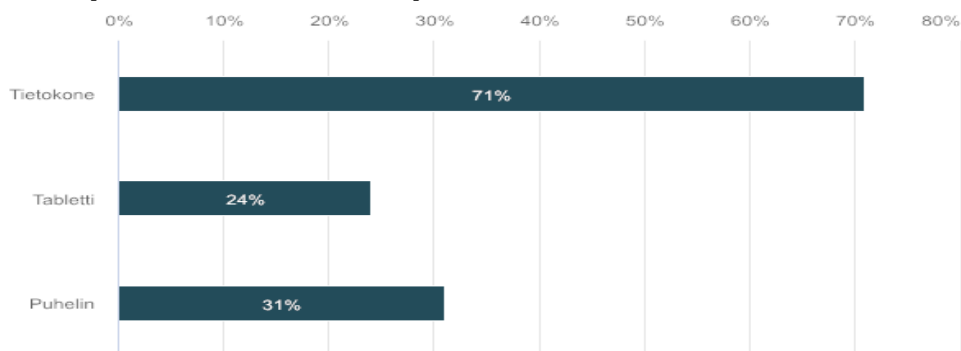


	n	Prosentti
Tarkastella avoimia laskuja ja laskuhistoriaa	300	18,96%
Tarkastella jäteastian tyhjennyshistoriaa	331	20,92%
Tilata ja maksaa ennakoon jätehuollon palveluja, kuten Lavakukko, Noutokukko tai Pihakukko	221	13,97%
Tilata biopusseja	825	52,15%
Tarkastaa jäteastian sijainnin, sekä jäteastian tyhjennyspaikan	159	10,05%
Tarkastaa jäteauton ajoreitin reaaliaikaisena	179	11,31%
Tarkastaa lähimmän jätteen kierrätyspisteen (ekopisteen, lajitteluaseman, tai vaarallisen jätteen vastaanottopisteen)	583	36,85%
Tarkastaa oman asiointihistorian	146	9,23%
Tarkastella ajankohtaista tietoa jätehuollon muutoksista	414	26,17%
Seurata jätehuollon kustannuksia	384	24,27%
Seurata oman jätehuollon vaikutuksia hiilijalanjälkeen	406	25,66%
Seurata Jätekukon uutisointia ja kampanjoita	346	21,87%
Jotakin muuta, mitä?	28	1,77%
En mitään näistä	160	10,11%

### Millä päätelaitteella käytät mieluiten Omakukkoa?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 194, valittujen vastausten lukumäärä: 244

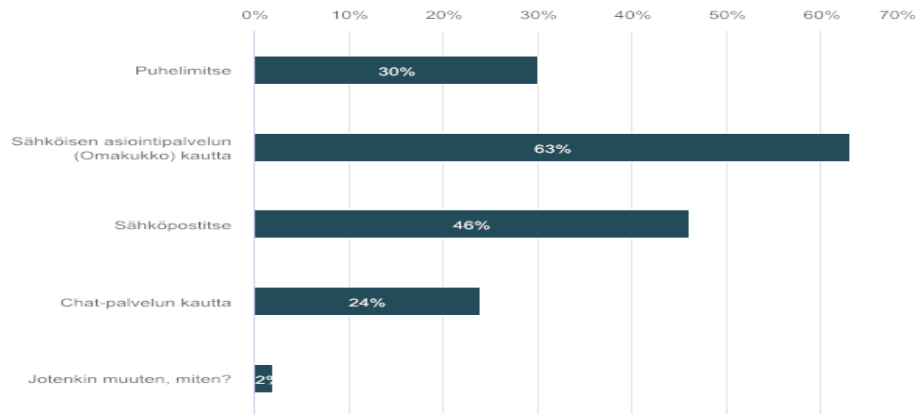


	n	Prosentti
Tietokone	137	70,62%
Tabletti	47	24,23%
Puhelin	60	30,93%

## Miten haluaisit jatkossa asioida asiakaspalvelun kanssa?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 1582, valittujen vastausten lukumäärä: 2615

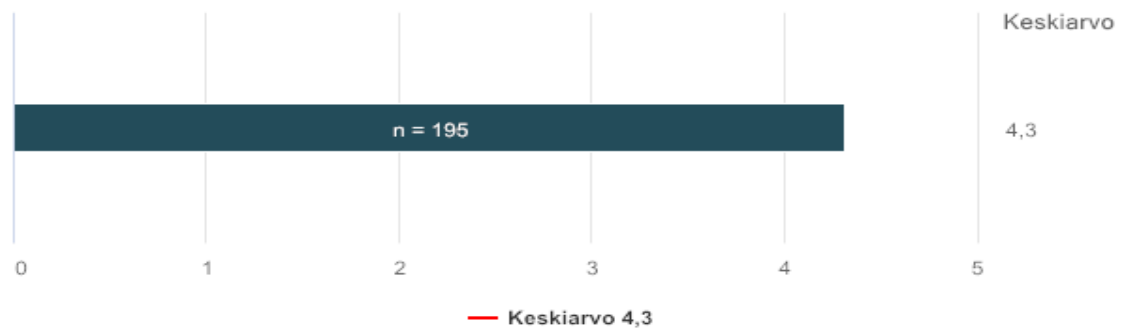


	n	Prosentti
Puhelimitse	480	30,34%
Sähköisen asiointipalvelun (Omakukko) kautta	998	63,08%
Sähköpostitse	735	46,46%
Chat-palvelun kautta	373	23,58%
Jotenkin muuten, miten?	29	1,83%

## Löysin Omakukko-verkkopalvelun helposti

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 195



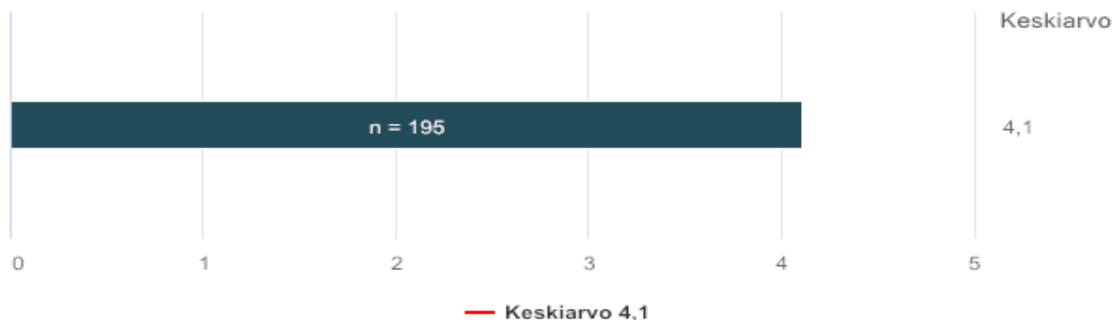
	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	2,57%	2,56%	7,18%	36,41%	51,28%	4,31	5



**Kirjautuminen palveluun onnistui hyvin**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 195

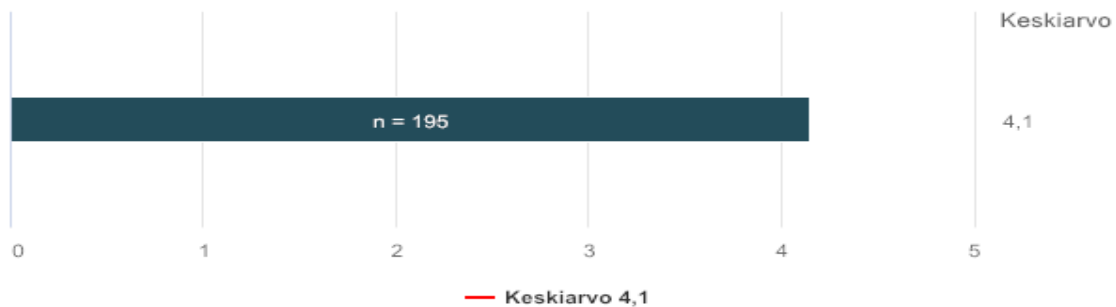


	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	4,1%	5,64%	9,23%	37,44%	43,59%	4,11	4

**Palvelun käyttö oli vaivatonta**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 195

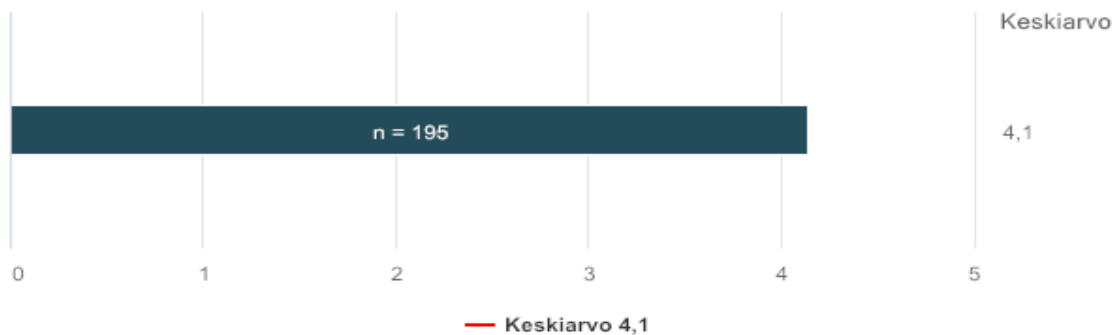


	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	1,54%	5,13%	12,82%	37,95%	42,56%	4,15	4

**Löysin etsimäni**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 195



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	2,05%	5,13%	10,77%	41,02%	41,03%	4,14	4

**Sain asiani hoidettua**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 195

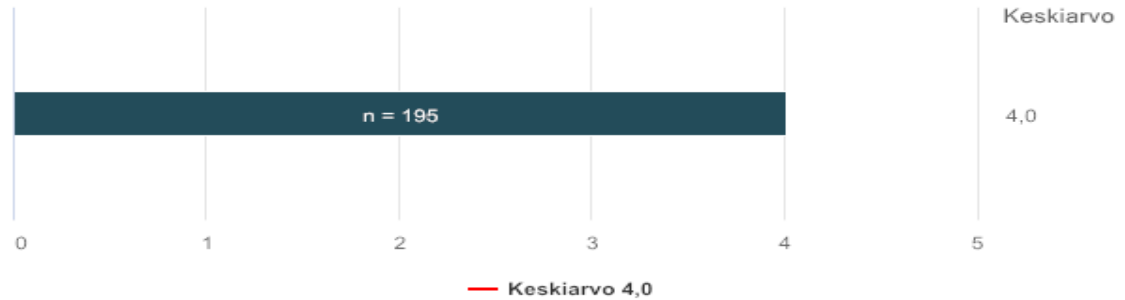


	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	4,1%	3,59%	6,16%	34,87%	51,28%	4,26	5

**Omakukon visuaalinen ilme oli selkeä**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

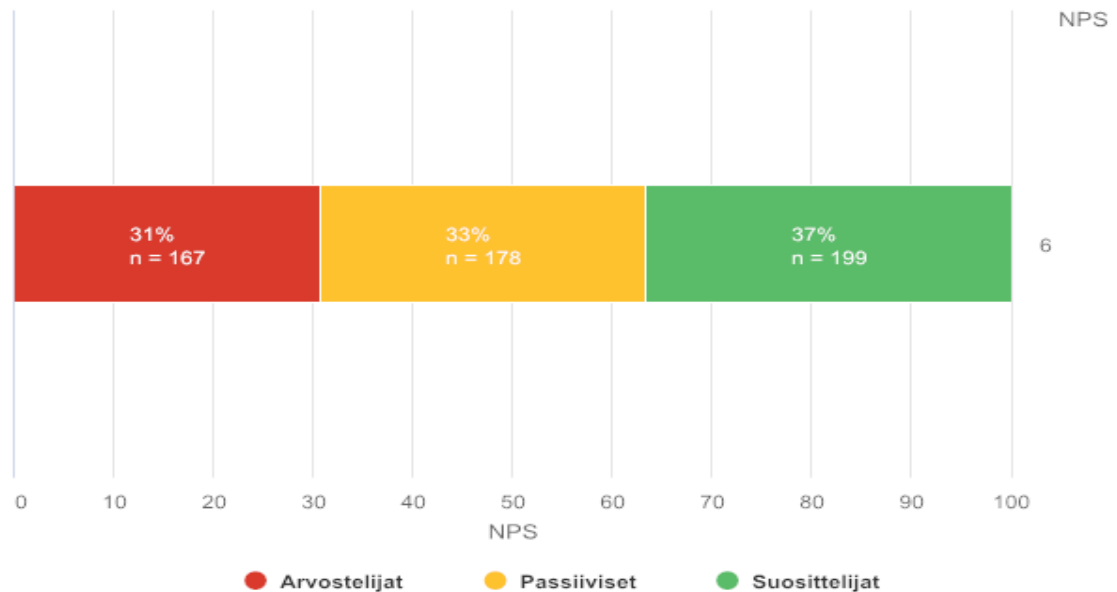
Vastaajien määrä: 195



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0,51%	4,62%	17,44%	48,2%	29,23%	4,01	4

**Kuinka todennäköisesti käytät Omakukkoa tulevaisuudessa?**

Vastaajien määrä: 544

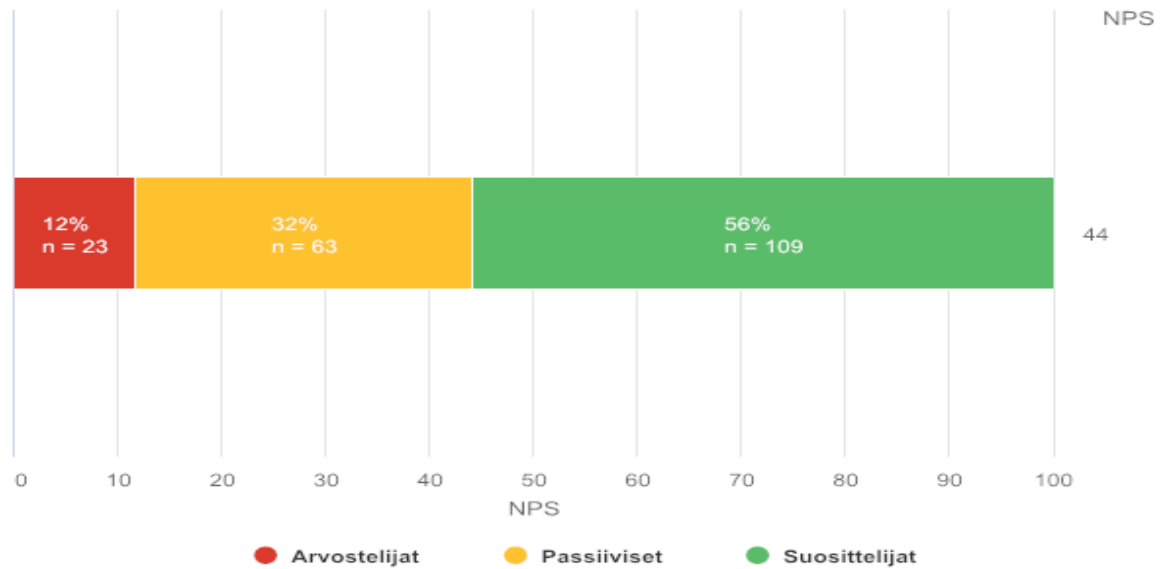


Arvostelijat							Passiiviset		Suosittelijat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 167							n = 178		n = 199	
30,7%							32,72%		36,58%	
16	13	11	13	16	61	37	73	105	75	124
2,94%	2,39%	2,02%	2,39%	2,94%	11,21%	6,8%	13,42%	19,3%	13,79%	22,8%

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
544	6	7,2

## Kuinka todennäköisesti suosittelisit Omakukon käyttöä muille?

Vastaajien määrä: 195



Arvostelijat							Passiiviset		Suosittelijat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 23							n = 63		n = 109	
11,79%							32,31%		55,9%	
1	1	1	1	4	7	8	17	46	43	66
0,52%	0,51%	0,51%	0,51%	2,05%	3,59%	4,1%	8,72%	23,59%	22,05%	33,85%

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
195	44	8,4

# Tulosraportti (perusraportti)

Liite 2/1

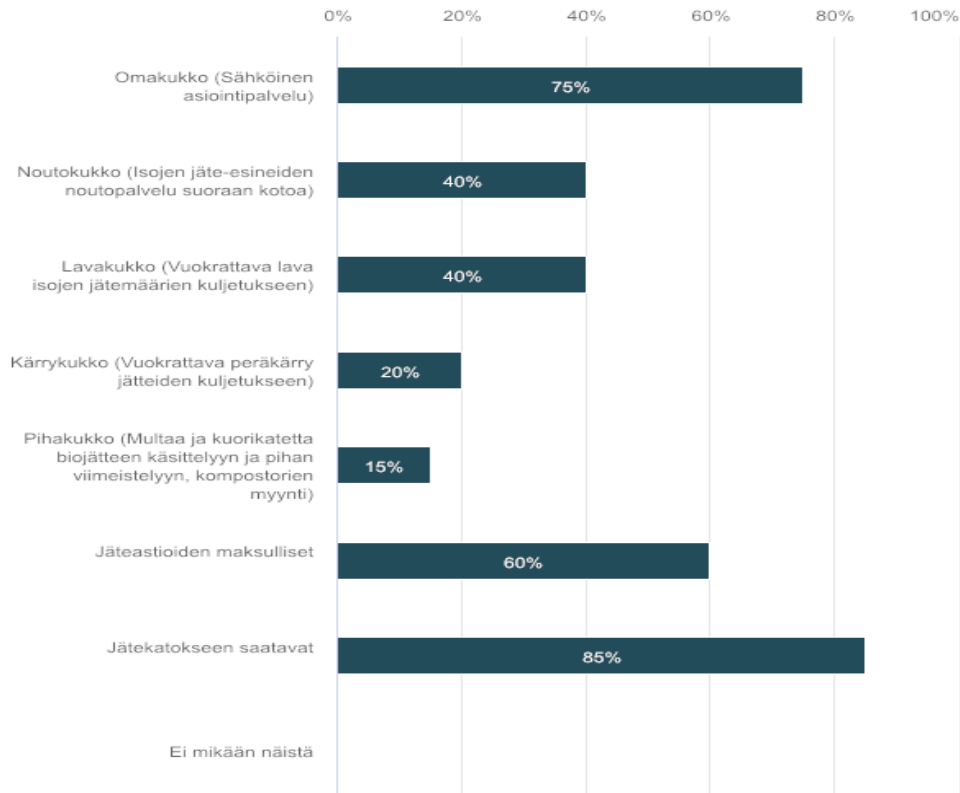
## Omakukko-isännöitsijäkysely

Vastaajien kokonaismäärä: 20

### Ovatko seuraavat Jätekukon palvelut sinulle ennestään tuttuja?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

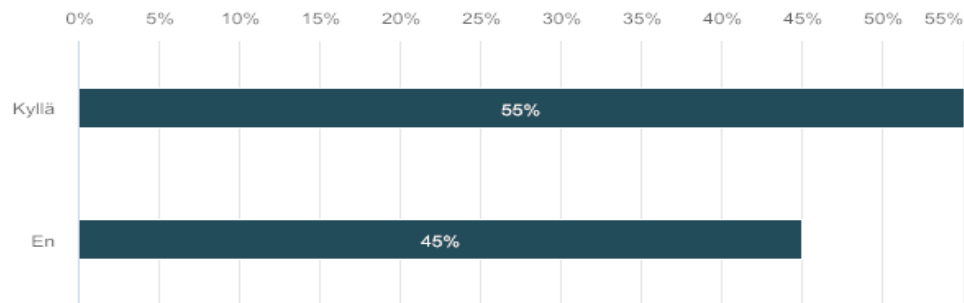
Vastaajien määrä: 20, valittujen vastausten lukumäärä: 67



	n	Prosentti
Omakukko (Sähköinen asiointipalvelu)	15	75%
Noutokukko (Isojen jäte-esineiden noutopalvelu suoraan kotoa)	8	40%
Lavakukko (Vuokrattava lava isojen jätemäärien kuljetukseen)	8	40%
Kärrikukko (Vuokrattava peräkärri jätteiden kuljetukseen)	4	20%
Pihakukko (Multaa ja kuorikatetta biojätteen käsittelyyn ja pihan viimeistelyyn, kompostorien myynti)	3	15%
Jäteastioiden maksulliset tehopesut	12	60%
Jätekatonseen saatavat lajittelutaulut	17	85%
Ei mikään näistä	0	0%

## Oletko käyttänyt Omakukko-verkkopalvelua?

Vastaajien määrä: 20

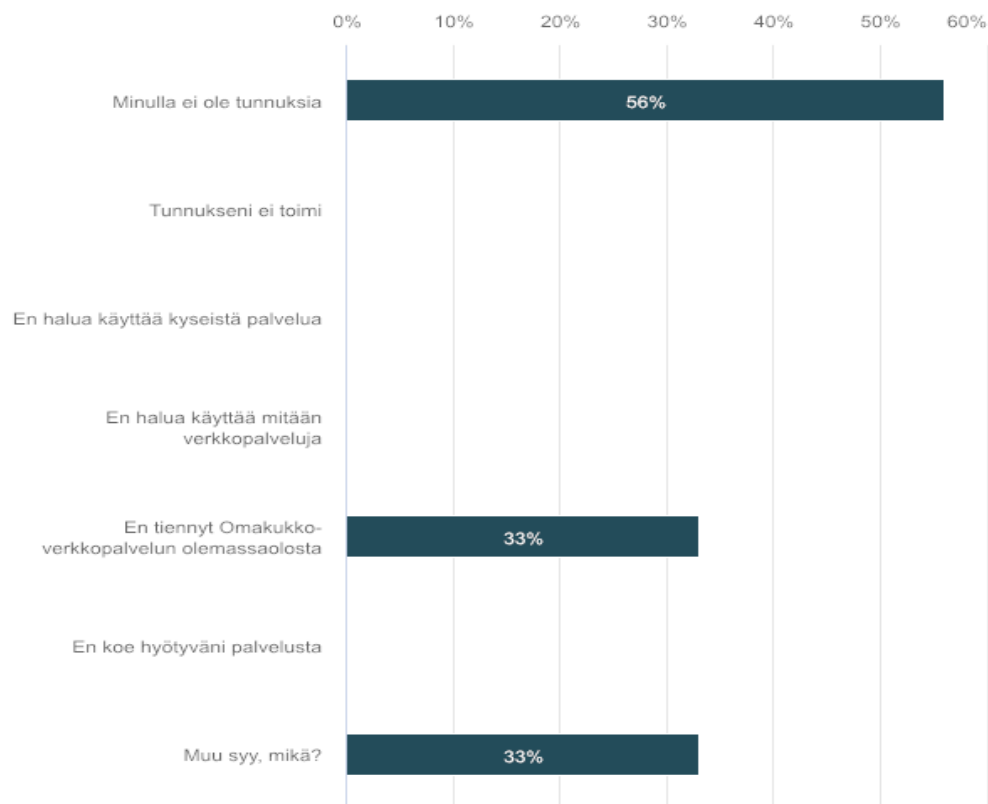


	n	Prosentti
Kyllä	11	55%
En	9	45%

## Miksi et ole käyttänyt Omakukkoa?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 9, valittujen vastausten lukumäärä: 11

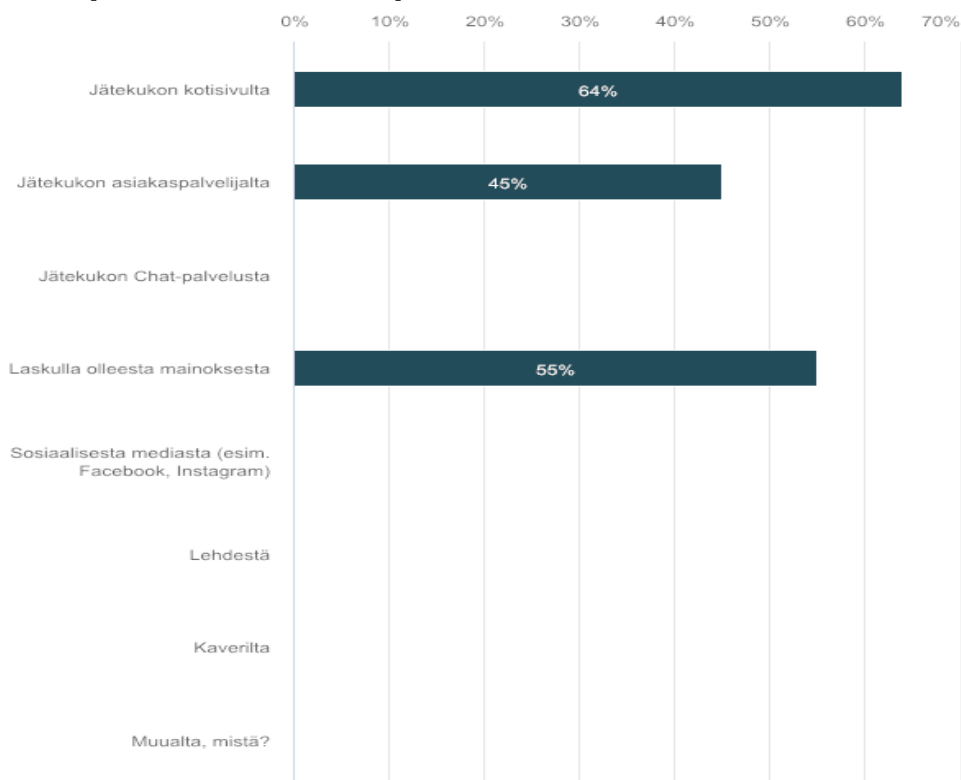


	n	Prosentti
Minulla ei ole tunnuksia	5	55,56%
Tunnukseni ei toimi	0	0%
En halua käyttää kyseistä palvelua	0	0%
En halua käyttää mitään verkkopalveluja	0	0%
En tiennyt Omakukko-verkkopalvelun olemassaolosta	3	33,33%
En koe hyötyväni palvelusta	0	0%
Muu syy, mikä?	3	33,33%

### Mistä kuulit Omakukosta?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 11, valittujen vastausten lukumäärä: 18

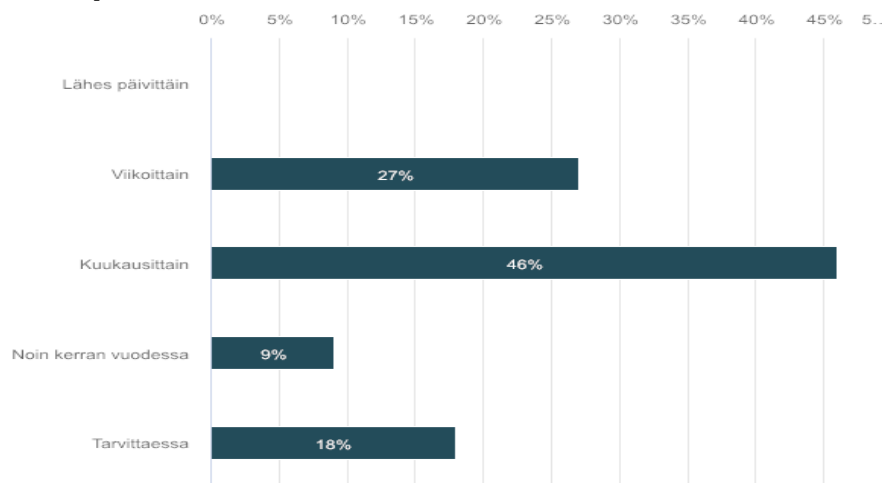


	n	Prosentti
Jätekukon kotisivulta	7	63,64%
Jätekukon asiakaspalvelijalta	5	45,45%
Jätekukon Chat-palvelusta	0	0%
Laskulla olleesta mainoksesta	6	54,55%
Sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook, Instagram)	0	0%
Lehdestä	0	0%
Kaverilta	0	0%
Muualta, mistä?	0	0%

## Kuinka usein käytät Omakukkoa?

Liite 2/4

Vastaajien määrä: 11

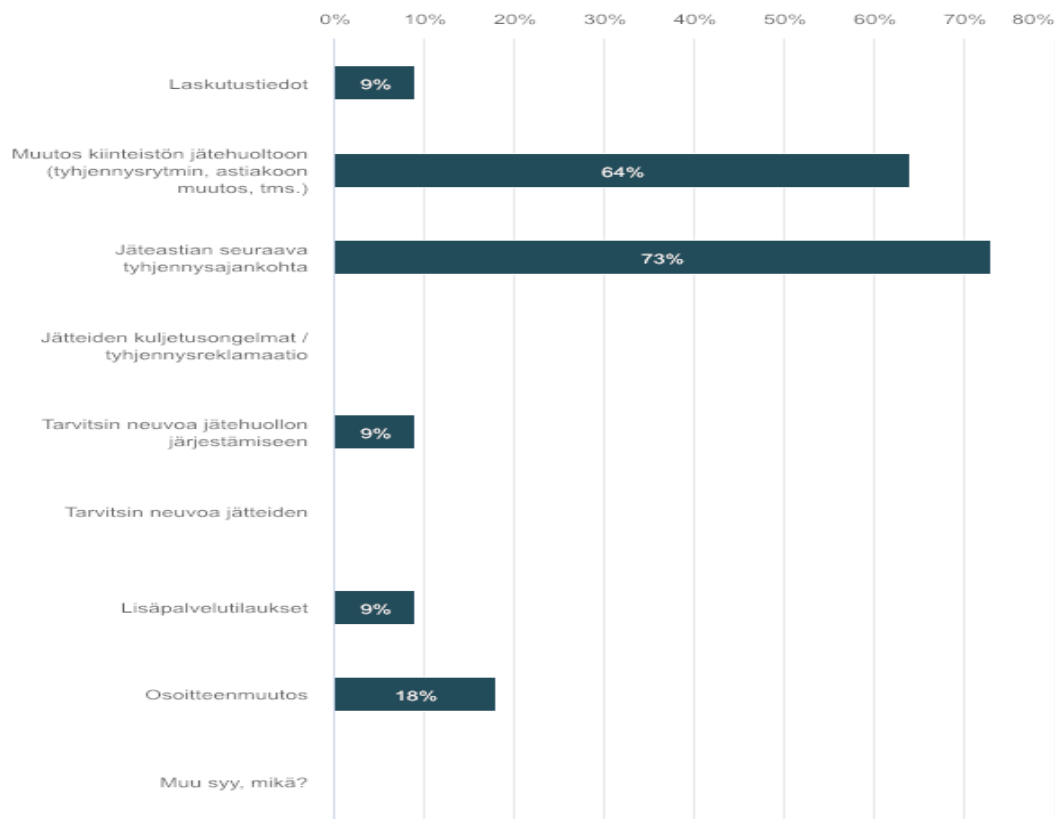


	n	Prosentti
Lähes päivittäin	0	0%
Viikoittain	3	27,27%
Kuukausittain	5	45,46%
Noin kerran vuodessa	1	9,09%
Tarvittaessa	2	18,18%

## Mitä asioita tarkastelit edellisellä kirjautumisella Omakukkoon?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 11, valittujen vastausten lukumäärä: 20

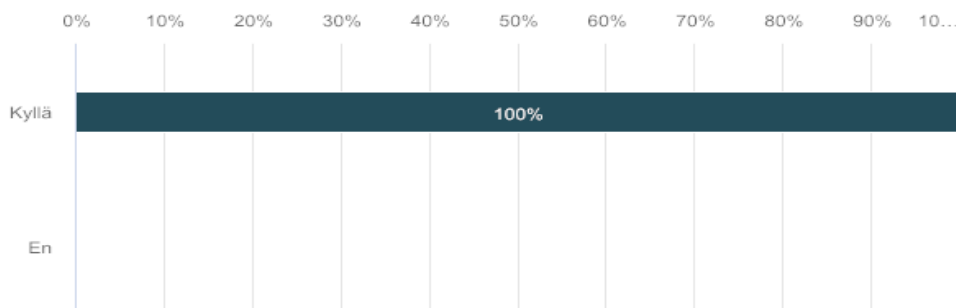




	n	Prosentti
Laskutustiedot	1	9,09%
Muutos kiinteistön jätehuoltoon (tyhjennysrytmin, astiakoon muutos, tms.)	7	63,64%
Jäteastian seuraava tyhjennysajankohta	8	72,73%
Jätteiden kuljetusongelmat / tyhjennysreklamaatio	0	0%
Tarvitsin neuvoa jätehuollon järjestämiseen	1	9,09%
Tarvitsin neuvoa jätteiden lajittelussa	0	0%
Lisäpalvelutilaukset	1	9,09%
Osoitteenmuutos	2	18,18%
Muu syy, mikä?	0	0%

### Löysitkö Omakukosta vastauksen etsimääsi?

Vastaajien määrä: 11



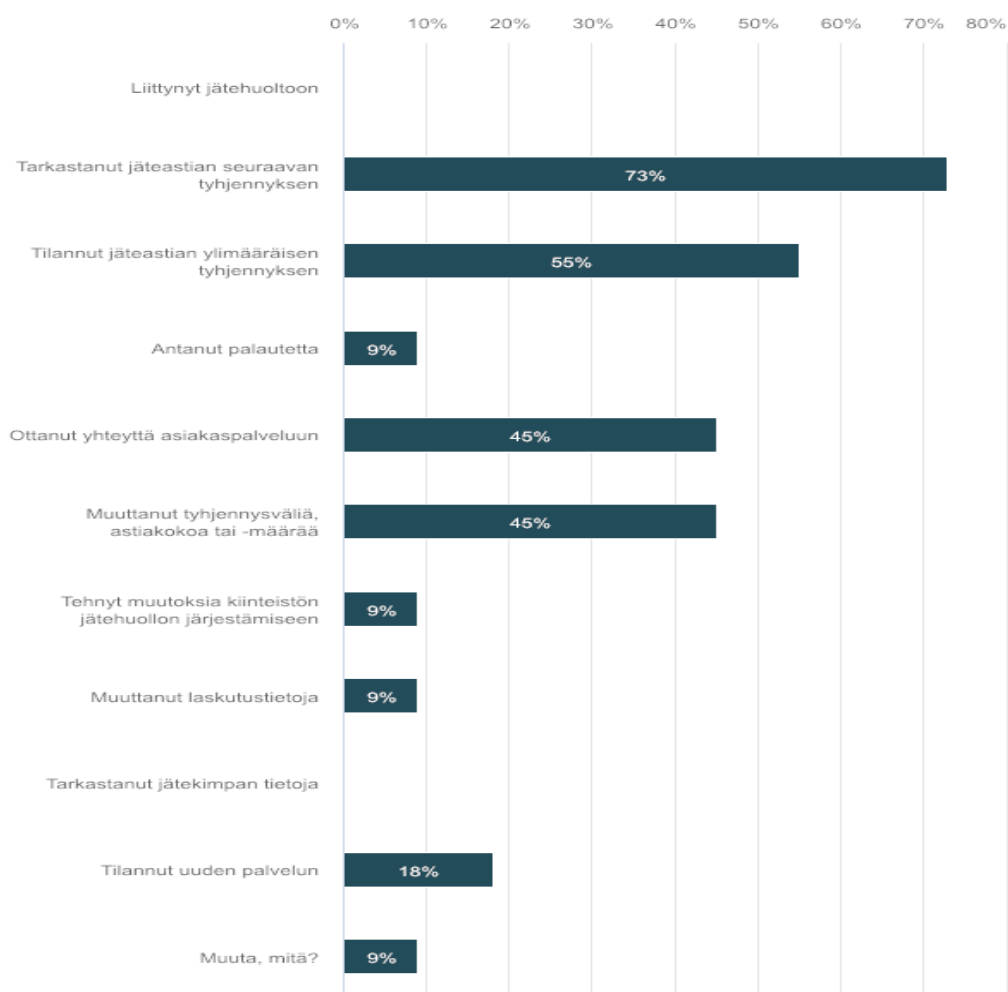
	n	Prosentti
Kyllä	11	100%
En	0	0%

## Mitä näistä olet tehnyt Omakukossa?

Liite2/6

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 11, valittujen vastausten lukumäärä: 30

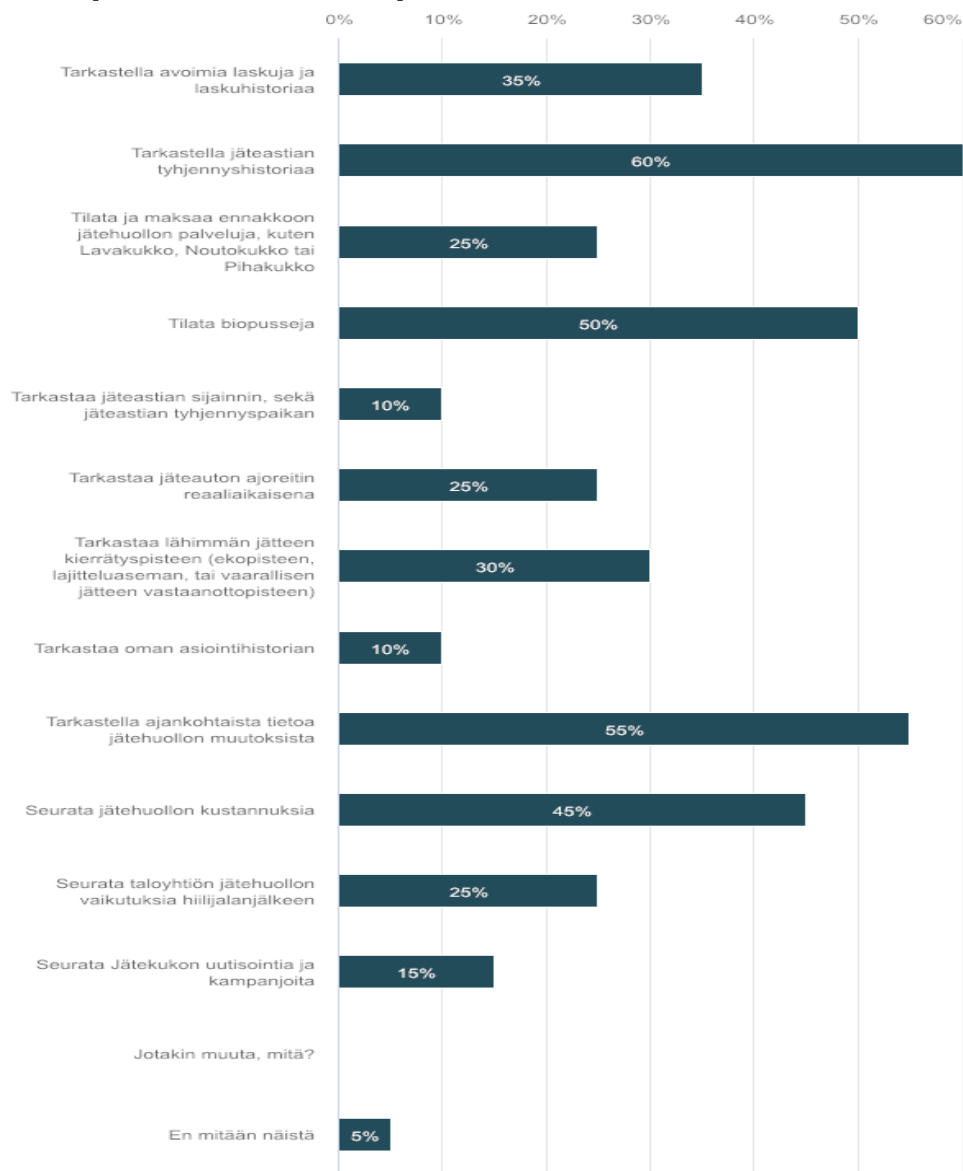


	n	Prosentti
Liittynyt jätehuoltoon	0	0%
Tarkastanut jäteastian seuraavan tyhjennyksen	8	72,73%
Tilannut jäteastian ylimääräisen tyhjennyksen	6	54,55%
Antanut palautetta	1	9,09%
Ottanut yhteyttä asiakaspalveluun	5	45,45%
Muuttanut tyhjennysväliä, astiakokoa tai -määrää	5	45,45%
Tehnyt muutoksia kiinteistön jätehuollon järjestämiseen	1	9,09%
Muuttanut laskutustietoja	1	9,09%
Tarkastanut jätekimpan tietoja	0	0%
Tilannut uuden palvelun	2	18,18%
Muuta, mitä?	1	9,09%

## Kehitämme jatkuvasti verkkopalveluamme. Mitä sellaista haluaisit Omakukossa tehdä, mikä ei vielä ole mahdollista?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 20, valittujen vastausten lukumäärä: 78

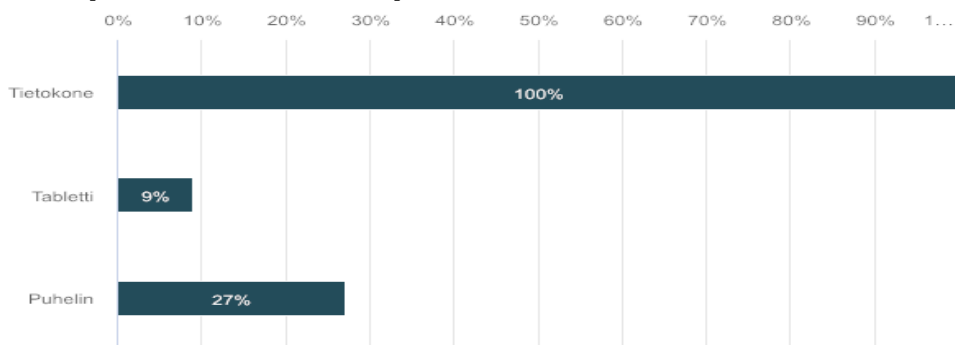


	n	Prosentti
Tarkastella avoimia laskuja ja laskuhistoriaa	7	35%
Tarkastella jäteastian tyhjennyshistoriaa	12	60%
Tilata ja maksaa ennakoon jätehuollon palveluja, kuten Lavakukko, Noutokukko tai Pihakukko	5	25%
Tilata biopusseja	10	50%
Tarkastaa jäteastian sijainnin, sekä jäteastian tyhjennyspaikan	2	10%
Tarkastaa jäteauton ajoreitin reaaliaikaisena	5	25%
Tarkastaa lähimmän jätteen kierrätyspisteen (ekopisteen, lajitteluaseman, tai vaarallisen jätteen vastaanottopisteen)	6	30%
Tarkastaa oman asiointihistorian	2	10%
Tarkastella ajankohtaista tietoa jätehuollon muutoksista	11	55%
Seurata jätehuollon kustannuksia	9	45%
Seurata taloyhtiön jätehuollon vaikutuksia hiilijalanjälkeen	5	25%
Seurata Jätekukon uutisointia ja kampanjoita	3	15%
Jotakin muuta, mitä?	0	0%
En mitään näistä	1	5%

### Millä päätelaitteella käytät mieluiten Omakukkoa?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 11, valittujen vastausten lukumäärä: 15

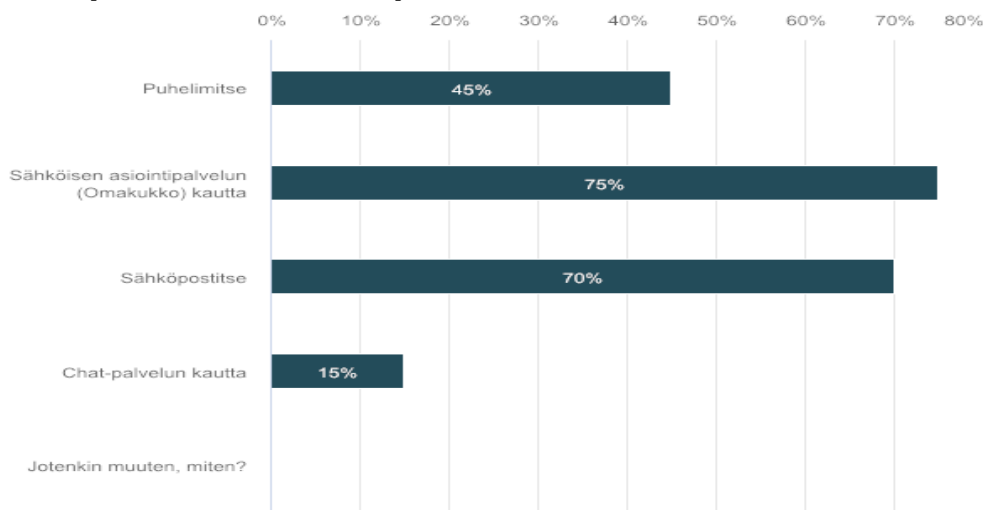


	n	Prosentti
Tietokone	11	100%
Tabletti	1	9,09%
Puhelin	3	27,27%

## Miten haluaisit jatkossa asioida asiakaspalvelun kanssa?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 20, valittujen vastausten lukumäärä: 41

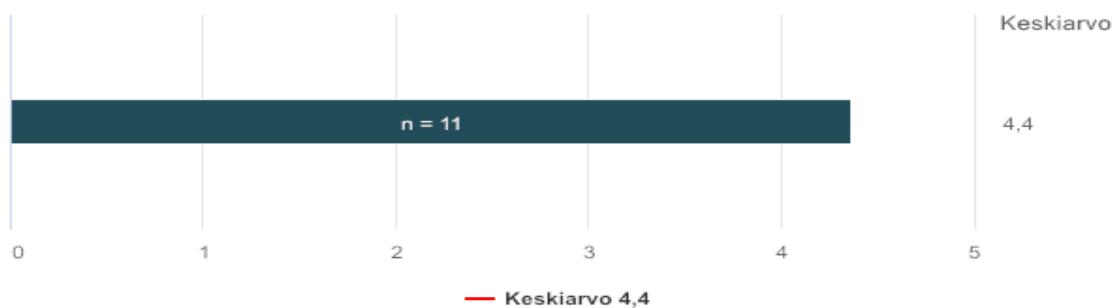


	n	Prosentti
Puhelimitse	9	45%
Sähköisen asiointipalvelun (Omakukko) kautta	15	75%
Sähköpostitse	14	70%
Chat-palvelun kautta	3	15%
Jotenkin muuten, miten?	0	0%

## Löysin Omakukko-verkkopalvelun helposti

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 11



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0%	0%	9,09%	45,46%	45,45%	4,36	4

**Kirjautuminen palveluun onnistui hyvin**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 11



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0%	9,09%	9,09%	45,46%	36,36%	4,09	4

**Palvelun käyttö oli vaivatonta**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 11



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0%	9,09%	9,09%	54,55%	27,27%	4	4

**Löysin etsimäni**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 11



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0%	0%	9,09%	54,55%	36,36%	4,27	4

**Sain asiani hoidettua**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

Vastaajien määrä: 11

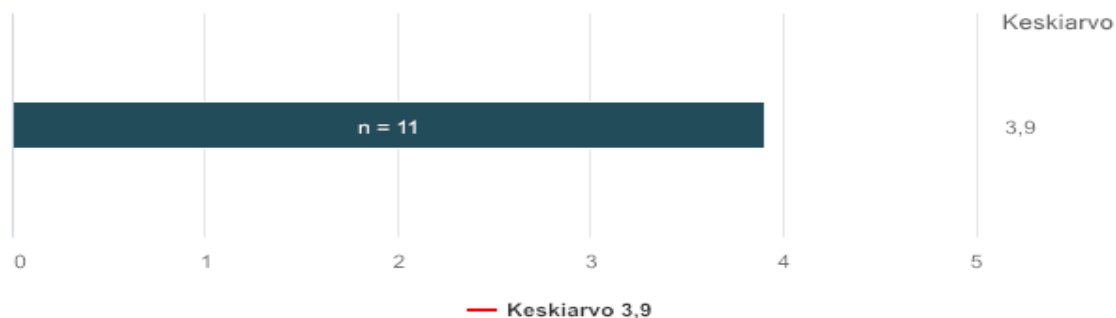


	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0%	0%	9,09%	36,36%	54,55%	4,45	5

**Omakukon visuaalinen ilme oli selkeä**

(1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä)

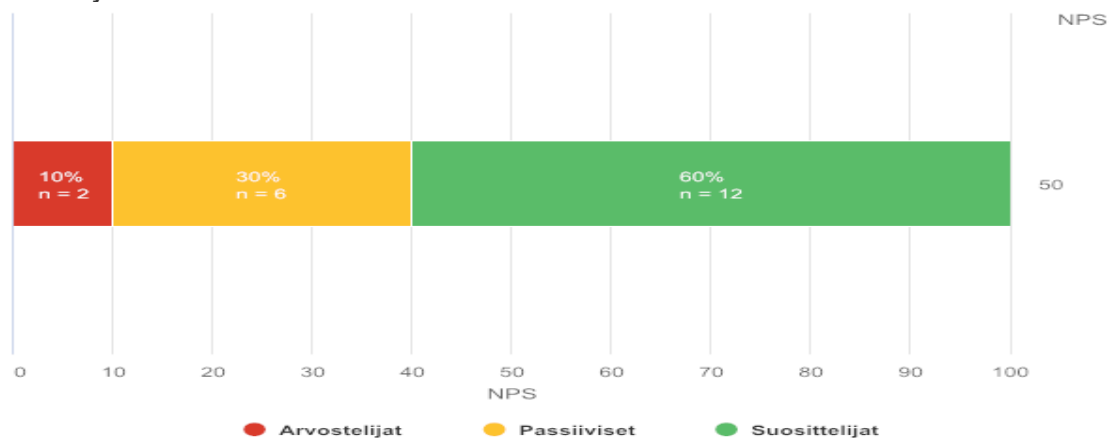
Vastaajien määrä: 11



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
	0%	9,09%	27,27%	27,27%	36,37%	3,91	4

**Kuinka todennäköisesti käytät Omakukkoa tulevaisuudessa?**

Vastaajien määrä: 20

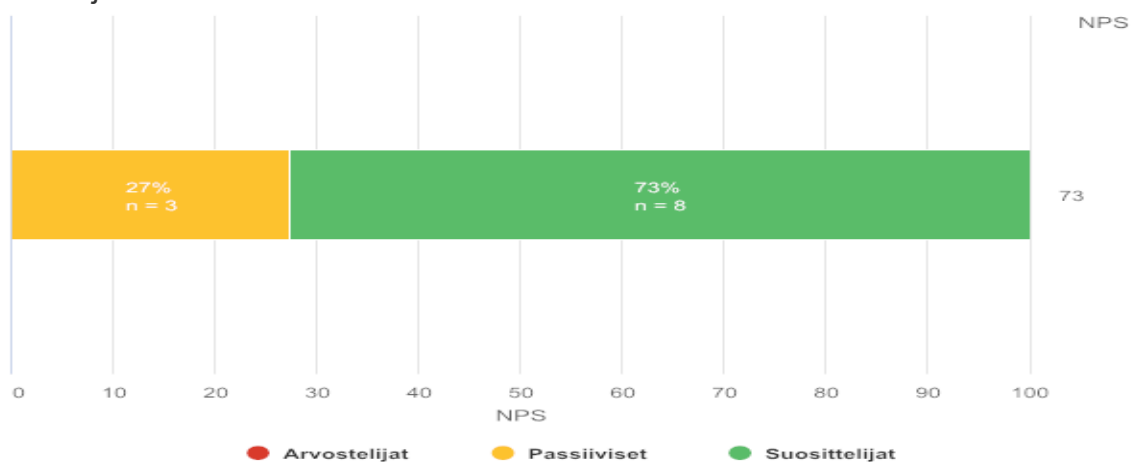


Arvostelijat							Passiiviset		Suosittelijat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 2							n = 6		n = 12	
10%							30%		60%	
0	0	0	0	0	1	1	2	4	6	6
0%	0%	0%	0%	0%	5%	5%	10%	20%	30%	30%

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
20	50	8,6

### Kuinka todennäköisesti suosittelisit Omakukon käyttöä muille?

Vastaajien määrä: 11



Arvostelijat							Passiiviset		Suosittelijat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 0							n = 3		n = 8	
0%							27,27%		72,73%	
0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	6
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	27,27%	18,18%	54,55%

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
11	73	9,3